

Zeitschrift: Comtec : Informations- und Telekommunikationstechnologie = information and telecommunication technology

Herausgeber: Swisscom

Band: 75 (1997)

Heft: 10

Artikel: Moblity solutions

Autor: Bauer, Walter

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-876972>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 09.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Mobility in communication

Mobility Solutions

Mobility is playing an increasingly significant role in the rapidly developing information society. In communication, too, users require mobility – not only for all types of communication (voice, data and video) but also in terms of network coverage, ranging from individual rooms, across the company grounds and national territory, right through to worldwide mobility.

WALTER BAUER, MUNICH

Mobility in communication means:

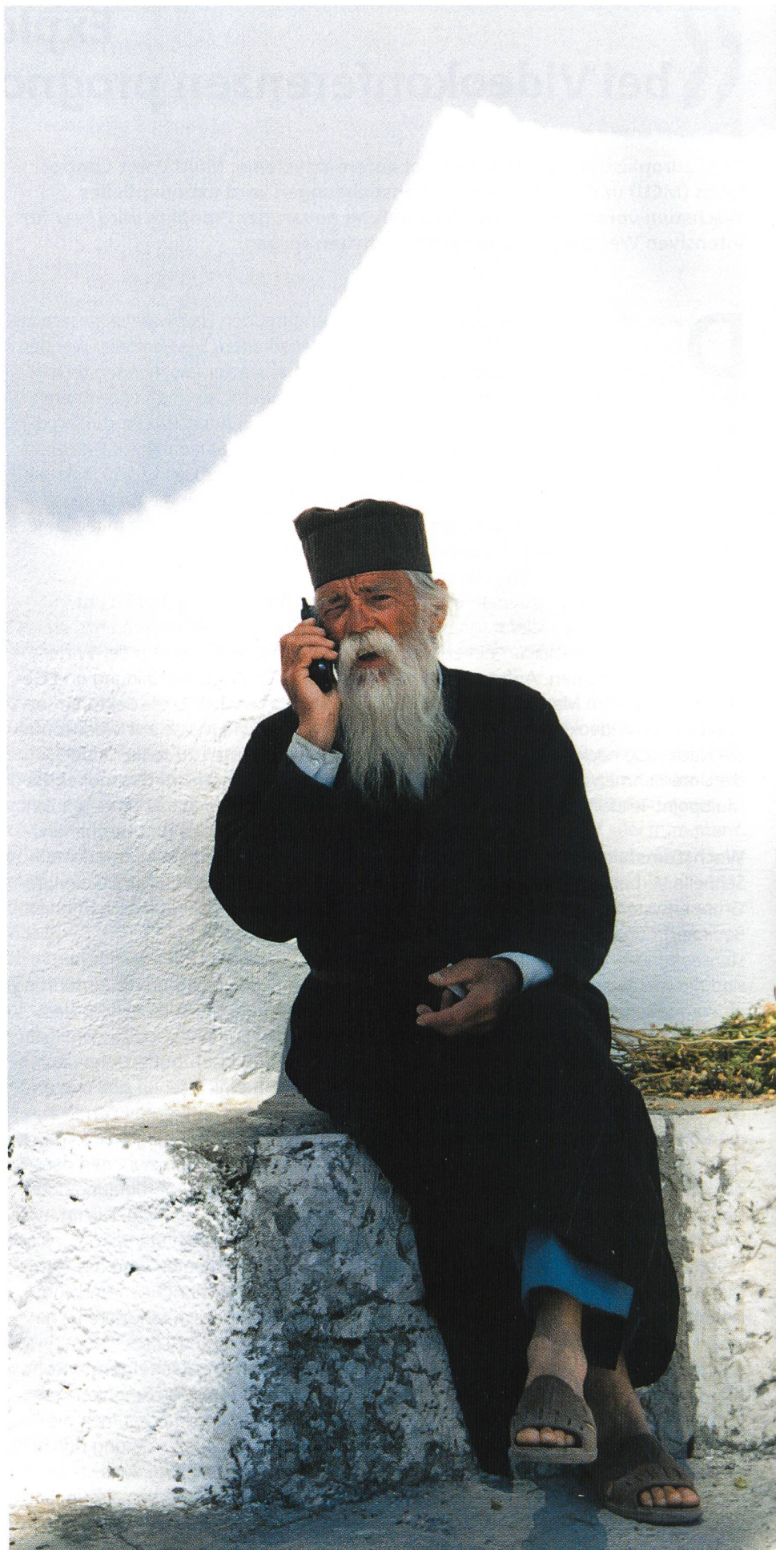
- user mobility, e.g. availability regardless of location, personal mobility, one numbering service
- terminal mobility, e.g. cordless telephones, cellular phones, notebook
- mobility within the network, e.g. independence irrespective of the network or its type. This is achieved by means of chip card or PIN.
- mobile applications, e.g. telemetry, mobile computing, teleworking

The world market for mobility – infrastructure and terminals – is growing at an annual rate of 20 %, more than twice as fast as the entire telecommunications market. By the year 2000 it will have expanded from DM 65 billion in 1995 to DM 165 billion and will then account for one third of the whole telecommunications market.

Communicating anywhere in the world

User requirements as far as mobility is concerned are availability, access to in-

User requirements as far as mobility is concerned are availability, access to information, and the possibility of communicating anywhere in the world.



formation, and the possibility of communicating anywhere in the world. A series of solutions is already available today to fulfill these requirements.

With a cellular phone and notebook, it is possible to implement a mobile office that also allows communication while on the move, not only providing pure telephony, but also enabling faxes and E-mail messages to be sent and received. Information in the Internet can be accessed, and the equipment can be linked to the computer at the company headquarters.

On the company grounds, cordless telephone systems ensure that employees can move around freely without missing calls. Furthermore, cordless solutions provide greater flexibility when it comes to office moves: If an employee changes desks, a cordless telephone is installed twice as quickly as conventional circuit-switched equipment. Removal costs can thus be substantially reduced.

A high level of mobility

A high level of mobility can be achieved in the fixed network, too, thanks to intelligent functions, whether this be in call processing in the network itself or in the terminals. In addition to the familiar ISDN features, such as name display, call charge display, call forwarding or automatic callback, modern communications systems, by means of a personal identification number (PIN), give the possibility of using any telephone in the network as if it were one's own, including all personal class-of-service features.

Today we have a situation in which numerous fixed and mobile communications networks exist side by side. These networks are based on various standards and are optimized for different applications. Apart from the analog telephone network and the digital ISDN, there is a series of fixed networks specifically optimized for data communication.

In the field of mobile communications there exist, on the one hand, networks based on analog standards. Since these often differ from country to country, international use of analog mobile telephones is only possible on a very limited basis. With the new GSM digital standard, this situation has changed. Starting from Europe, the GSM standard has in the meantime gained general acceptance as the leading digital standard for cellular mobile communications. At present there are approximately 150 GSM

Walter Bauer, *President Applications and Networks Business Unit Siemens, Private Communication Systems Group.*

Source: International Press Workshop, Munich, 1997.

networks worldwide with a total of 30 million users. Roaming agreements between individual network providers allow a GSM cellular phone to be used almost anywhere in the world.

IMT-2000

The challenge we are faced with today is to usefully interlink the individual networks to 'internetwork' them. This will, on the one hand, further increase mobility and availability and, on the other hand, allow multimedia applications. The dividing lines between voice and data communication are steadily fading, speech is accompanied by information displays (videoconferencing) and data (e.g. application sharing). These new forms of communication will also be possible on a mobile basis when users are on the move. The International Telecommunication Union (ITU) in Geneva is currently working on the global International Mobile Telecommunications 2000 standard (IMT-2000), which is intended to provide the basis for personal and mobile multimedia communication.

9.3

BUCHBESPRECHUNGEN

Klassiker der Strategie

Albert A. Stahel. *Klassiker der Strategie. Eine Bewertung. Strategische Studien Band 6.* vdf Hochschulverlag AG, Zürich. 2. Auflage 1996. 312 S., brosch., DM 54.80, öS 380.-, Fr. 42.-, ISBN 3-7281-2369-2.

Nach dem Ende des kalten Krieges und dem Zusammenbruch der Sowjetunion glaubte man, die Zeit der Konfrontationen sei vorbei. Diese Hoffnung erweist sich heute angesichts der vielen regionalen Konflikte als falsch. Das Ende des kalten Krieges mag das Ende der grossen Konfrontationen und damit der grossen Kriege bewirkt haben, verhindert aber nicht lokale Auseinandersetzungen bzw.

die «kleinen Kriege» sowie die klassische Machtpolitik der Grossmächte. Mit den neuen Entwicklungen gewinnt die Strategie als die Wissenschaft der Kriegsführung wieder an Interesse. Die Strategie der politischen, wirtschaftlichen und militärischen Bewältigung kleiner Konflikte und Kriege wird künftig zunehmende Bedeutung erlangen. Ausgehend von einer systematischen Darstellung der Klassiker der Strategie (Sun Tzu, Machiavelli, Clausewitz, Liddell Hart) zeigt der Autor, dass deren Konzepte wichtige Impulse für die Lösung aktueller Probleme geben können.

Final Fiction

Gerd Gerken. *Final Fiction.* Erfolg durch Virtualität. Metropolitan Verlag GmbH, Düsseldorf. 1997. 344 S., geb., DM 98.-, öS 715.-, Fr. 89.-, ISBN 3-89623-091-3.

Die Medien haben den Konsumenten von heute durch permanente Reizüberflutung in seiner Wahrnehmung abgestumpft. Marketing und Werbung müssen neue Wege beschreiten, um Produktmagie und -präsenz herzustellen und sich im Bewusstsein des modernen Selbst zu verankern. Das Virtuelle wird zum Königsweg. Gerd Gerken legt hier ein Konzept für den Einsatz von virtuellen Welten in der Werbung als die noch einzig effektive Methode, um Botschaften durch die Maschen der hochselektiven Wahrnehmung des Konsumenten zu schleusen, vor. Er zeigt, dass das erfolgreiche Vermarkten in der Multimedia-epoche nicht mehr über herkömmliche Werbemethoden vonstatten gehen wird. Der Trend geht vom Produkt über das Image zum Rhizom: zum virtuellen Märchen in gebrochenen Bildern, deren zeichenhafte Botschaft das Ungesagte zur höchsten Bedeutung führen. Denn wo die Informationskultur an ihre Grenzen stösst, da macht sich die Kultur der Simulation auf, neue Wirklichkeiten jenseits von Empirie und Logik zu konstituieren. Magie statt Nutzen. Im hohen Stimulanzienpotential der Virtualität liegt die Zukunft der Werbung. Im aktuellsten Gerken wird diese neue, revolutionäre Seite von Multimedia auf ihre Fähigkeit hin analysiert, rituelle Kultprozesse zu organisieren. Der Autor zeigt, wie sich durch elektronische Medien der Charakter der Kommunikation grundlegend verändert und definiert die neuen Erfolgsfaktoren für Werbung und Marketing.