

Mensch & Maschine

Ein bisschen Nostalgie vor dem nächsten grossen Ding

Heuer war der Mobile World Congress in Barcelona (MWC) irgendwie anders. Der Ort, wo sich alljährlich die grössten Handyhersteller mit ihren neuesten Boliden zum international viel beachteten Kräftenessen treffen, wo sich Samsung, HTC und später Huawei erbitterte Kämpfe um Bildschirmgrösse, Prozessorstärke und ausgeklügelte Kamera-Features lieferten und sich asiatische Mitstreiter wie Oppo oder Xiaomi erstmals in der internationalen Arena zeigten – dieser Ort wurde 2017 von Nokias 3310 beherrscht. Ein wieder aufgelegtes Tasten-telefon aus Plastik, das ausser telefonieren und simsen nichts kann, stahl allen die Show.



Das gibt zu denken. Sicher fehlte es an den wirklich grossen Würfeln – Apple ist dem MWC schon immer ferngeblieben und stellt neue iPhones traditionell im Herbst vor, Google mit dem Pixel Phone ebenfalls, und Samsung tat 2017 mit der auf den 29. März aufgeschobenen Präsentation seines Galaxy S8 nichts anderes. Aber das allein kann nicht der Grund für diese Antisensation sein. Es ist, als wären die Leute müde, Jahr für Jahr die Mini-Upgrades in Barcelona mitzuverfolgen – schneller, dünner, weniger Rand. Ein Smartphone bleibt ein Smartphone. Dazu kommt der allgemeine Trend zu mehr Natur und Ruhe statt Technik und Stress, der sich auch im Hype ums Nokia 3310 niederschlägt. Viele Menschen sehnen sich zurück zu Vinyl, Polaroid und Snake, als alles noch vorhersehbarer war.

Etablierte sich der MWC in den letzten Jahren also als wahres Kunden-Eldorado, in dem sich alles ums Smartphone und Zubehör von Kamera bis Drohne drehte, hat sich der Fokus 2017 deutlich verschoben. Noch nie zuvor empfand ich den Kongress so stark als Business-Event. An allen Ecken präsentierten Konzerne technische Entwicklungen und Lösungen: Audi & Co. waren mit «connected», «self-driving cars» und E-Autos vor Ort, es wimmelte von Robotern, die noch präziser arbeiten, Chipmacher zeigten neue Prozessoren, die in ebendiesen Autos und Robotern stecken. Netzwerkausrüster bieten Internet-of-Things-Netze für Firmen, HP zeigt Telcos, wie sie näher zum Kunden kommen, jeder liefert smarte Heime, mehr Sicherheit. Und über all dem stand als grosses Thema 5G (Foto), der nächste Mobilfunkstandard, mit dem unsere Daten mit bis zu 10 Gigabit/s durch den Äther jagen werden.

In diesem Kontext ist das Nokia 3310 als kurzfristiges Inne- oder Festhalten vor dem grossen Tsunami zu verstehen, der in Kürze über uns hereinbrechen und alles kräftig durchschütteln wird – mehr, als es ein neues iPhone je könnte. Simone Luchetta

Apps der Woche

Sei dein eigener Gestalter

Einen Grafiker ersetzt Logometric sicher nicht, aber ein notfalls schnell ein Logo zu kreieren, reicht es allemal. Aus zahlreichen Icons wählt man eines aus, sucht dazu eine passende Schrift und passt die Farben nach Wunsch an. Dann setzt man eine Hintergrundfarbe, und am Schluss rückt man alles ins richtige Verhältnis. Export via E-Mail. 3 Fr., iOS.

Die abgespeckte Variante

Microsoft stellte in Indien Skype Lite vor, eine abgespeckte Version von Skype, auf wenig Datenverbrauch ausgelegt. Die App kann in Indien genutzt werden. Damit lässt sich telefonieren, chatten, simsen und den Datenverbrauch kontrollieren. Chatbots überbringen dem Nutzer Nachrichten und Sportergebnisse. Die App ist für Android, gratis.

Simone Luchetta

Nokia ist zurück! Das war die Botschaft, die die Finnen mit der Wiedergeburt ihres einstigen Kult-handys 3310 vergangene Woche am Mobile World Congress (MWC) in Barcelona verkündeten. Und sie wurde mit Begeisterung gehört und weiterverbreitet. Umso mehr, als mancher Nokia-Fan im Glauben war, seine Lieblingsmarke sei längst tot. Aber das stimmt nicht.

Wo aber hat das Unternehmen, dessen Produkt weltberühmt war, gesteckt? Dass wir das fragen, zeigt schon, dass Nokia derzeit vieles richtig macht. Schuld daran ist Rajeev Suri.

Suri hat am 1. Mai 2014 die Leitung des Unternehmens übernommen, kurz nachdem die Finnen das an die Wand gefahrene Handy-Geschäft Microsoft untergejubelt hatten. Suri, gross, schlank, Sportfanatiker, wurde 1967 in Indien geboren, wuchs in Kuwait als Sohn eines Autoimporteurs auf und besuchte dort die Schulen. Am Manipal Institute of Technology in Indien studierte er Elektronik und Kommunikationstechnik und kam 1995 zu Nokia, wo er in verschiedenen Abteilungen tätig war. Bevor er dort Chef wurde, leitete er Nokia Solutions and Networks. Er lebt im finnischen Espoo, wo Nokia seinen Hauptsitz hat.

Unter seiner Ägide hat sich der Handy-Marktleader von 1998 bis 2011 extrem gewandelt. Seit dem Verkauf der Mobiltelefonsparte verdient Nokia das Geld als Netzwerkausrüster. Das klingt abstrakt, ist weniger greifbar als Handylkone, und das Produkt lässt sich auch nicht in die Hosentasche stecken. Nokia baut heute Mobilfunknetze und liefert Telecomfirmen die Technik dazu.

Zugang zum US-Markt und Technologie für Festnetze

Doch Suri hat grosse Pläne. Er will zurück an die Welpitze. Sein Problem: Der Markt für Netzwerkausrüster schrumpft, weil die meisten 4G-Mobilfunkprojekte gebaut sind und der Übergang zur nächsten Generation 5G frühestens 2020 ansteht. Es gilt also, neue Geschäftsfelder aufzutun. Was ihm zu gelingen scheint.

«Wir sind heuer eine ganz andere Firma als vor einem Jahr», sagt er am MWC vor Analysten und Journalisten. Während im Jahr 2015 praktisch alle Umsätze aus dem mobilen Netzwerkgeschäft stammten, sind die Geschäfte ein Jahr später vielfältiger.

Möglich gemacht hat das Suri mit einer Übernahme: Er kaufte den französischen Konkurrenten Alcatel-Lucent. Auf einen Schlag war Nokia damit der grösste Netzwerkausrüster der Welt, vor Huawei und dem einstigen schwedischen Marktführer Ericsson. Zusammen teilen sich die drei 80 Prozent des Weltmarkts.

Alcatel-Lucent brachte Nokia nebst einem Abbau von über 10000 Stellen aber auch einen besseren Zugang zum US-Markt und die Technologie für Festnetze. «Wir haben im letzten Jahr zudem viele Spezialisten erworben, Sicherheitsfirmen, Softwareunternehmen, Digital Health (Withings), Kabelnetzbetreiber, um unser Portfolio zu vervollständigen», fügt Josef Fuhr an, Chef von Nokia Schweiz.

Der Österreicher, Ende 40, Anzug, Aktenkoffer, arbeitet seit 1999 bei Nokia und leitet seit An-

Nokias Rückkehr in den Hosensack

Die Finnen haben weit mehr im Gepäck als das Remake des legendären 3310. Die Firma ist für die Zukunft gut aufgestellt



Grosser Ansturm: Besucher des Mobile World Congress nehmen das neue Nokia 3310 in Beschlag

Foto: Keystone



Angefangen bei Nokia hat 1865 alles mit Toilettenpapier (oben); das damalige Fischlogo

fang 2014 die Geschäfte hierzulande. Er ist verantwortlich für ca. 200 Mitarbeiter in Zürich und Lausanne, seine Kunden sind Sunrise, Swisscom, Salt, mit Alcatel-Lucent sind neue, Telefremde dazugekommen wie Alptransit Gotthard, Energieversorger oder die SBB.

Die Finnen brachten der Welt das erste Automobiltelefon

Veränderungen ist Nokia gewohnt. Seit der Ingenieur Fredrik Idestam 1865 seine Papiermühle gegründet hat, durchlebte sie manche Transformation. Angefangen mit Toilettenpapier, produzierte Nokia später auch Gummistiefel und Pneus für Rollstühle und Velos. In den 1960er-Jahren entstand ein

Konglomerat, zu Gummi und Papier kam Kabel dazu – der Grundstein zum Technologieunternehmen war gelegt.

Als Skandinaviern 1981 sein erstes Mobilfunknetz erhielt, brachte Nokia der Welt das erste Automobiltelefon, 1987 folgte das erste tragbare Mobiltelefon, und ab 1998 war die einstige Papiermühle bis 2011 unbestrittene Marktführerin im Handygeschäft. Genau hier hakt Suri ein weiteres Mal geschickt ein. Er will die Rückkehr der Marke Nokia. «Nokia ist noch immer ein starker Name, und es wäre geradezu fahrlässig, wenn wir das nicht verwenden würden», sagt Fuhr.

So hat sich Suri vor einem Jahr das französische Start-up Withings

geleistet, das sich bereits einen Namen mit vernetzten Waagen, Fitnessstrackern oder Blutdruckmessgeräten gemacht hatte. Der Clou: Ab Sommer, so wurde in Barcelona bekannt, werden diese Gesundheitsgadgets neu den Namen Nokia tragen und die Marke so wieder zu den Konsumenten bringen. «Wir haben herausgefunden, dass Nutzer eher ein Produkt namens Nokia kaufen, als wenn Withings draufsteht», sagt der Withings-Gründer und heutige Chef von Nokias neuer Abteilung Digital Health, Cédric Hutchings.

Genau hier hakt Suri ein weiteres Mal geschickt ein. Er will die Rückkehr der Marke Nokia. «Nokia ist noch immer ein starker Name, und es wäre geradezu fahrlässig, wenn wir das nicht verwenden würden», sagt Fuhr. So hat sich Suri vor einem Jahr das französische Start-up Withings geleistet, das sich bereits einen Namen mit vernetzten Waagen, Fitnessstrackern oder Blutdruckmessgeräten gemacht hatte. Der Clou: Ab Sommer, so wurde in Barcelona bekannt, werden diese Gesundheitsgadgets neu den Namen Nokia tragen und die Marke so wieder zu den Konsumenten bringen. «Wir haben herausgefunden, dass Nutzer eher ein Produkt namens Nokia kaufen, als wenn Withings draufsteht», sagt der Withings-Gründer und heutige Chef von Nokias neuer Abteilung Digital Health, Cédric Hutchings.

Profikamera mit 360-Grad-Aufnahmen

Noch ist ihm der Start-up-Gründer anzusehen. In Jeans, Poloshirt, Jackett und Rucksack wirkt er in der gleisselnden Medienlounge am Nokia-Stand ein wenig wie ein Fremdkörper. Er sei absolut happy, dass mithilfe der Finnen künftig «zehnmal mehr Menschen Einblicke in ihre Gesundheit bekommen können». Ausserdem ist eine Plattform für Ärzte und Praxen geplant, die es ermöglicht, ihre Patienten auch aus der Ferne zu überwachen.

Nokias Anstrengungen im Bereich virtuelle Realität zielen ebenfalls darauf, bei den Konsumenten wieder zu punkten. So ist am Stand die erste Profikamera zu sehen, die 360-Grad-Aufnahmen macht. Kos-

tenpunkt: 60000 Franken. Für ihr Funktionieren ist sie auf 5G angewiesen.

Suris schlauster Coup ist aber das Comeback der Nokia-Handys. Der Ansturm am Stand, wo sie an zwei kleinen Tischen ausgestellt waren, war enorm. Wer rankommen wollte, musste zehn Minuten warten. Dabei hat das einfache Tasten-telefon wenig mit Suris Nokia zu tun, ausser dass es den gleichen Namen trägt. Produziert hat es das finnische Start-up HMD Global. Gegründet am 1. Dezember 2016, hat es von Nokia die von Microsoft zurückgehaltenen Namensrechte und Patente gekauft und gibt seither Gas.

500 Leute sind schon für HMD weltweit tätig. «Der harte Kern sind ehemalige Nokia-Leute», sagt Sebastian Ulrich von HMD Global. Er ist für den Aufbau des Geschäfts in Deutschland und der Schweiz zuständig und am MWC «pausenlos» in Gesprächen mit Digitec, Swisscom & Co.: «Alle kommen sie vorbei. Auch in der Schweiz ist das Interesse riesig», sagt er. Am Stand von HMD Global ging es zu wie in einem Bienenhaus, und man musste als Journalist schon richtig nerven, um mit einem HMD-Globalianer wie Ulrich ein paar Minuten sprechen zu können.

Als reiner Marketing-Gag will dieser die Neuauflage des Kult-

Handys nicht verstanden wissen. Zum einen würden in der Schweiz immer noch jährlich 300000 bis 400000 Tasten-telefone als Erstphones verkauft. «Und weltweit werden wir in dritten Märkten wie Indien Millionen davon absetzen.» Zudem sei das 3310 ein ideales «Festivalphone».

Smartphones für einen Preis von 150 bis 250 Franken

Nebst dem 3310 haben die Finnen auch drei Smartphones – Nokia 3, 5 und 6 – vorgestellt, alles im Alu-kleid, gut verarbeitet und mit Pure Android, also unverfälschtem Android. Das hat den Vorteil, dass Sicherheitsupdates dann aufgespielt werden können, wenn Google sie ausliefert und der Nutzer nicht, wie bei anderen Herstellern, monatelang darauf warten muss.

Die Geräte werden in China vom Partner Foxconn produziert, aber laut Ulrich von ehemaligen Nokia-Designern in London und Finnland gestaltet. In der Schweiz – und in 44 weiteren Ländern – werden alle neuen Nokias gleichzeitig im Sommer verfügbar sein, und zwar für einen Schnäppchenpreis von 150 bis 250 Franken.

Die ehemalige Handy-Ikone ist damit wieder zurück in der Hosentasche. Ein gutes Gefühl – auch wenn sie uns in Zukunft wohl nie mehr so fesseln wird wie einst.



Nokia 3310 Das neue Nokia 3310 ist etwas schlanker als das von 2000 bis 2005 produzierte Original, ansonsten aber eine getreue Wiederauflage. Man kann damit hauptsächlich telefonieren und simsen, dafür hält der Akku ewig: bis zu einem Monat im Standby-Betrieb. Die Kamera hat nur zwei Megapixel, und der Bildschirm ist verpixelt. Aber ein Snake-Game ist an Bord! Ab Sommer, etwa 50 Franken. (luc)

Kado Der ultradünne Charger – fünfmal dünner als ein herkömmlicher Lader – passt in jedes Portemonnaie. Indem man die Steckerkontakte ausklappt, kann man ihn in jede Steckdose stecken, um Geräte zu laden, entweder via USB oder integriertes Kabel. Der Kado soll noch dieses Jahr verfügbar sein, auch mit europäischen Steckern, Preis unbekannt. (luc)



Porsche Design Book One: Microsofts Surface Book ist der Windows-Laptop, den es aktuell zu schlagen gilt. Mit dem Book One von Porsche Design kommt nun Konkurrenz aus unerwartetem Lager. Im Inneren des Laptop-Tablets steckt das Neueste vom Neuen und das Teuerste vom Teuren. Kein Wunder kostet das Gerät fast 3000 Franken, wenn es noch im ersten Halbjahr 2017 in die Schweiz kommt. (zei)

LG G6: Das LG G6 ist der Vorbote eines neuen Trends zu nahezu randlosen Bildschirmen. Apple und Samsung haben vermutlich entsprechende Geräte in der Pipeline. Das G6 ist kleiner als ein iPhone 7 Plus, hat aber einen grösseren Bildschirm. Wenn man das Smartphone ausprobieren möchte, gewöhnt man sich sofort an den neuen Monitor und fragt sich, warum es nicht schon immer so war. Preise und Verfügbarkeit sind noch unbekannt. (zei)



Traditionell, ultradünn, mit scharfem Design

Interessante Gadgets, die am Mobile World Congress in Barcelona vorgestellt wurden



Huawei P10/P10 Plus: Das neue Android-Flaggschiff der lifestyleorientierten P-Serie punktet einmal mehr mit einer Dual-Kamera (20 Megapixel schwarzweiss und 12 Megapixel RGB-Sensoren). Die verbauten Leica-Linsen sind extrem lichtempfindlich: Jene des P10 kommt mit einer 2,2-Blende, die des grösseren 10 Plus gar mit einer Blende von 1,8. Besondere Eyecatcher sind die neuen Ausführungen in Grün und Blau. P10: ab 24. März, 649 Franken; P10 Plus: ab 7. April, 799 Franken. (luc)

Avegant Glyph: Glyph ist eine Art portables Heimkino, das man wie einen Kopfhörer trägt, den man vor die Augen klappt. Das Bild wird dabei direkt auf die Netzhaut projiziert – Virtual Retinal Display heisst die patentierte Technologie. In den USA ist Glyph unter Drohnenpiloten ein Hit; jetzt will man das Geschäft in Europa aufbauen. 550 Euro kostet Glyph in Deutschland, in der Schweiz laufen Gespräche unter anderem mit Digitec. (luc)



LG Watch Sport: Google hat nicht nur Android Wear 2, seine Smartwatch-Software, rundum erneuert, sondern mit dem Hardware-Partner LG auch neue Uhren vorgestellt. Die technisch spannendste ist die LG Watch Sport. Im ziemlich dicken Gehäuse stecken GPS, Pulssensor und alles, was aktuell technisch möglich ist. In den USA kostet die Uhr 350 Dollar, hierzulande ist sie wohl bald bei Zwischenhändlern zu finden. (zei)

Samsung Galaxy Book: Das Galaxy Book spielt in der Klasse der Hybridgeräte Tablet/Laptop. Das Tablet ist in den Grössen 10,6 Zoll und 12 Zoll erhältlich und wird mit Tastatur und faltbarer Hülle geliefert, die man als Ständer nutzen kann. Das Galaxy Book läuft mit Intelchip und Windows 10. Es lässt sich auch mit einem neuen digitalen Bleistift bedienen. Preis und Verfügbarkeit sind noch nicht bekannt. (luc)



Soz Candrian; Quelle: Nokia