

10. März 2011, Neue Zürcher Zeitung

Die batteriebetriebene Brieftasche

Die Kurzstrecke ist die neue Königsdisziplin in der Mobilkommunikation

Near Field Communication erschliesst dem Handy an der Ladenkasse, vor dem Ticketautomaten oder in der Nähe von elektronischen Hinweisschildern neue Anwendungsbereiche.

Stefan Betschon

Das Handy ist den Menschen Kompass, Radio, Fernseher, Internet-Terminal; es dient ihnen als Jukebox, Terminkalender, Adressbuch, Kamera, Spielkonsole und auch als Telefon. Bald soll es auch Portemonnaie sein, Fahrschein, Gutschein, Eintrittskarte, Bonuskarte. Ein Handy ist vollgestopft mit Prozessoren und Sensoren, nun soll bald ein weiterer Chip eingebaut werden, der den drahtlosen Datenaustausch über kurze Distanzen von wenigen Zentimetern ermöglicht. Dank Near Field Communication (NFC) kann das Handy Verbindung aufnehmen mit elektronischen Hinweisschildern, Ticketautomaten oder Ladenkassen, wenn der Besitzer diese Annäherung unterstützt.

Klingelnde Münze

Der unmittelbar bevorstehende Durchbruch von NFC wurde schon oft vorausgesagt (NZZ 21. 4. 06). Doch nach kurzen Phasen der medialen Erregung geriet das Thema immer wieder in Vergessenheit. Die Kurve bei Google Trend, die das mediale Interesse an NFC nachzeichnet, verläuft flach, unterbrochen nur von wenigen Zacken. 2004 gibt es einen Ausschlag, als Nokia, Philips und Sony sich zusammaten, um die neue Technik gemeinsam zu vermarkten. Die Spitze aus dem Jahr 2007 korrespondiert mit ersten Pilotprojekten von Visa und Mastercard in den USA.

In der Schweiz hat sich etwa die Swisscom schon früh mit NFC beschäftigt. Es gab Pilotprojekte mit Selecta, Credit Suisse, Postfinance, Six Multipay und Visa. Man beobachte die Entwicklungen in diesem Bereich, teilte ein Mediensprecher der Swisscom auf Anfrage mit. Noch fehle ein Ökosystem, bei dem etwa auch die Finanzindustrie und Einzelhändler mitmachten; die Geschäftsmodelle seien unklar. Ähnlich äussern sich auch Vertreter anderer Schweizer Mobilnetzbetreiber. Alle schauen zu und warten ab.

Vor wenigen Wochen nun begann sich die Google-Trend-Kurve zu beleben. Der Grund: Apple und Google haben sich dem Thema zugewandt. Eric Schmidt, CEO von Google, hat anlässlich des Mobile World Congress (MWC) seinen Auftritt als «key note speaker» genutzt, um für NFC Werbung zu machen. Er beschrieb ein Szenario, bei dem ein Reisender in einer fremden Stadt eine Hose zu kaufen sucht, dank NFC ein gutes Angebot rasch findet, ohne viele Läden betreten zu müssen, und das Kleidungsstück bezahlt, ohne Geld gewechselt zu haben oder die Kreditkarte hervorzukramen. Die Geschichte ist nicht neu, so oder ähnlich haben auch andere schon die Vorteile von NFC beschrieben. Neu aber ist, dass es dank Google seit kurzem wieder NFC-fähige Handys zu kaufen gibt. Das von Samsung hergestellte Google Nexus S, seit wenigen Wochen im Handel, verfügt über einen NFC-Chip. Samsung will bald weitere Smartphones entsprechend ausrüsten.

Im vergangenen Sommer hatte Nokia mitgeteilt, ab 2011 Handys nur noch mit NFC-Chip ausliefern zu wollen. Doch davon ist nicht mehr die Rede, seit Stephen Elop im September als erster Nichtfinne die Führung der Firma übernommen hat. Nokia gehörte zu den Pionieren in Sachen NFC. Die Firma hat Ende 2004 mit dem Modell 3220 das erste NFC-fähige Handy vorgestellt und seither rund um die Welt NFC-Pilotprojekte initiiert und unterstützt. Doch jetzt, wo sich die Nachfrage nach NFC-Produkten belebt, sind die Finnen ausgestiegen. Elop sieht die Zukunft für Nokia im Windows-Mobile-Betriebssystem, doch diese Software von Microsoft verträgt sich nicht mit NFC.

Durchbruch?

Verschiedene Anzeichen – Neueinstellungen, Patentanträge – deuten darauf hin, dass auch Apple sich sehr intensiv mit NFC beschäftigt. Ähnlich wie Google wird sich Apple nicht damit zufriedengeben, NFC-kompatible Handys zu verkaufen. Vielmehr dürfte die Firma versuchen, an Geldüberweisungen, die dank NFC mit iPhones abgewickelt werden, zu verdienen. Apple besitzt die Kreditkartendaten von 200 Millionen Kunden und könnte im NFC-Ökosystem die Nahrungspyramide dominieren.

Die aus Philips hervorgegangene Halbleiterfirma NXP Semiconductors, die seit 2002 NFC-Chips produziert, sieht den kommerziellen Durchbruch für die Technik gekommen. Während acht Jahren bis September 2010, so erklärte am MWC Firmenchef Rick Clemmer einer Journalistin von «Forbes», habe die Firma nur gerade eine Million NFC-Chips absetzen können, doch dann, während der letzten drei Monate des vergangenen Jahres, habe man 3 Millionen Chips verkaufen können. Im kommenden Jahr sollen 70 Millionen, 2012 dann 120 Millionen NFC-Chips ausgeliefert werden. NXP ist der bedeutendste, aber nicht der einzige Hersteller von NFC-Chips.

In den meisten Beispielen, die den Einsatz von NFC beschreiben, werden Szenarien aus dem Einzelhandel gewählt. Doch vermutlich wird der Transportsektor vorangehen. Hier

könnten kleine NFC-Kontaktpunkte teure Anzeigensysteme und Ticketautomaten ersetzen. Die Österreichischen Bundesbahnen beispielsweise und die Deutsche Bahn wollen NFC bald auch im regulären Betrieb nutzen.

((info-box))

Copyright © Neue Zürcher Zeitung AG

Alle Rechte vorbehalten. Eine Weiterverarbeitung, Wiederveröffentlichung oder dauerhafte Speicherung zu gewerblichen oder anderen Zwecken ohne vorherige ausdrückliche Erlaubnis von NZZ Online ist nicht gestattet.

Diesen Artikel finden Sie auf NZZ Online unter:

http://www.nzz.ch/magazin/digital/die_batteriebetriebene_brieftasche_1.9832278.html