

Der Kauf einer CD in einem Musikgeschäft erfolgt heutzutage größtenteils durch die Sichtung der CD Hüllen in den Auslagen. Hat der Kunde Interesse an einem Produkt, wird er eine Hörprobe wünschen. Er muss eine freie Abspielstation finden, einen Verkäufer bitten, die gewünschte CD abzuspielen. Je nach Abspielstation besteht für den Kunden vielleicht nicht einmal die Möglichkeit, einzelne Musikstücke selbst gezielt auszuwählen, sondern er ist auf die Hilfe des Verkäufers angewiesen.

Entgegen herkömmlichen Systemen, ist der Kunde bei der Nutzung des elektronischen Musikkiosks nicht an eine feste Abspielstation gebunden. Abgespielt werden die Musikstücke mittels mobiler Endgeräte, wie z.B. PDAs. Die Verbindung mit dem Server erfolgt dabei über eine Kurzstreckenfunkverbindung, vorzugsweise Bluetooth. Bluetoothfähige Endgeräte finden zur Zeit eine große Verbreitung, da Bluetooth in vielen Anwendungsbe- reichen eingesetzt werden kann. Das Benutzen mobiler Endgeräte erlaubt somit dem Kunden, sich frei im Markt zu bewegen. Zudem ist er in der Lage sich ein Profil anzule- gen in dem seine musikalischen Präferenzen gespeichert werden und auf das tatsächliche Angebot der Media-Dateien im Saturn Markt abgebildet werden.

Der e-Kiosk bietet den Vorteil, dass dem Kunden nur die Titel auf dem mobilen Endgerät präsentiert werden, die seinen Präferenzen entsprechen. Zudem ist es möglich, gezielt nach Interpret und Album zu suchen. Ist die gewünschte CD vorhanden, so wird dem Kunden die Verfügbarkeit der CD angezeigt und er wird mit Hilfe einer Navigation zu dem Tonträger geführt. Herkömmliche Systeme erfordern hingegen das eigenständige Suchen der CD im Auslageregal. Die Möglichkeit der Lokalisierung des Kunden gestattet das gezielte Anbieten spezifischer Informationen Produktpalette anzubieten, vor der er sich gerade befindet. So bekommt zum Beispiel der Kunde vor dem Auslageregal Rock/Pop Informationen über aktuelle Neuerscheinungen.

Kommunikation und Zugriff auf Dienste und Informationen über das Internet sind eine Selbstverständlichkeit geworden. Gleichzeitig werden drahtlose Netze und portable End- geräte zunehmend leistungsfähiger, so dass die Angebote des Internet bald auch in gro- ßem Umfang mobil genutzt werden können. In Anbetracht dieser Entwicklungen wurden die Projekte der Wireless Internet-Initiative gegründet, um Konzepte und Systemarchitek- turen zur Bereitstellung und mobilen Nutzung innovativer Internet-Angebote zu erfor- schen. Die Projekte sind von zentraler Bedeutung, um die führende Position der deut- schen bzw. europäischen Industrie im Bereich der mobilen Kommunikation weiter auszu- bauen. Deshalb wird diese Initiative von der deutschen Regierung über das Bundesminis- terium für Bildung und Forschung (BMBF) gefördert. Die Initiative wird von der Vision ge- leitet, dass wir schon bald sowohl im beruflichen als auch im privaten Leben von intelli- genten Systemen umgeben sein werden, die uns das Leben einfacher und angenehmer machen.

Ein erster Schritt in diese Richtung sind situationsabhängige Dienste (context aware ser- vices), die uns je nach Aufenthaltsort, Identität und Tätigkeit sowie der aktuellen Zeit entsprechende Informationen liefern. In einem weiteren Schritt wird diese Abhängigkeit noch intelligenter und vor allem weniger offen sichtbar. Man spricht dann von ambient intelligence. Man versteht darunter subtil vorhandene digitale Dienste, die sich ange-

sichts der Gegenwart von Personen anpassungs- und reaktionsfähig zeigen und gleichzeitig einfach zu bedienen sind. Um eine derartige Vision Realität werden zu lassen, müssen unterschiedliche Technologien der mobilen Kommunikation miteinander integriert werden.

Für den Nahbereich etwa in Gebäuden und an Hot Spots sind dies Wireless LAN und Bluetooth. Im städtischen Bereich wird in Kürze das UMTS-Netz verfügbar sein, während in ländlichen Gegenden für eine Übergangszeit noch GPRS und GSM genutzt werden. Eine solche integrierte Kommunikations-Infrastruktur eröffnet vielfältige Möglichkeiten für neue Anwendungen und Dienste. Die dazu notwendigen Architekturen und Basistechnologien werden innerhalb der Wireless Internet-Initiative betrachtet.

Der Kauf einer CD/DVD in einem Musikgeschäft erfolgt heutzutage größtenteils durch die Sichtung der CD/DVD Hüllen in den Auslagen. Hat der Kunde Interesse an einem Produkt, wird er eine Hörprobe wünschen. Er muss eine freie Abspielstation finden, einen Verkäufer bitten, die gewünschte CD/DVD abzuspielen. Je nach Abspielstation besteht für den Kunden vielleicht nicht einmal die Möglichkeit, einzelne Musikstücke selbst gezielt auszuwählen, sondern er ist auf die Hilfe des Verkäufers angewiesen.

Entgegen herkömmlichen Systemen, ist der Kunde bei der Nutzung des elektronischen Musikkiosks nicht an eine feste Abspielstation gebunden. Abgespielt werden die Musikstücke mittels mobiler Endgeräte, wie z.B. PDAs. Die Verbindung mit dem Server erfolgt dabei über eine Kurzstreckenfunkverbindung, vorzugsweise Bluetooth. Bluetoothfähige Endgeräte finden zur Zeit eine große Verbreitung, da Bluetooth in vielen Anwendungsbereichen eingesetzt werden kann.

Das Benutzen mobiler Endgeräte erlaubt somit dem Kunden sich frei im Markt zu bewegen. Zudem ist er in der Lage sich ein Profil anzulegen in dem seine musikalischen Präferenzen gespeichert werden und auf das tatsächliche Angebot der Media-Dateien im Saturn Markt abgebildet werden.

Der e-Kiosk bietet den Vorteil, dass dem Kunden nur die Titel auf dem mobilen Endgerät präsentiert werden, die seinen Präferenzen entsprechen. Zudem ist es möglich, gezielt nach Interpret und Album zu suchen. Ist die gewünschte CD vorhanden, so wird dem Kunden die Verfügbarkeit der CD angezeigt und er wird mit Hilfe einer Navigation zu dem Tonträger geführt. Herkömmliche Systeme erfordern hingegen das eigenständige Suchen der CD im Auslageregal.

Die Möglichkeit der Lokalisierung des Kunden gestattet das gezielte Anbieten spezifischer Informationen Produktpalette anzubieten, vor der er sich gerade befindet. So bekommt zum Beispiel der Kunde vor dem Auslageregal Rock/Pop Informationen über aktuelle Neuerscheinungen.