



WM 2006
9. Juni - 9. Juli 2006

Funkende Eintrittskarten

Die insgesamt 3,07 Millionen Tickets für alle Spielstätten der WM sind mit Barcode, Hologramm und einem RFID-Chip (Radio Frequency Identification) gegen Fälschungen gesichert. Außerdem sind die Eintrittskarten durch die Informationen auf dem Chip und den aufgedruckten Namen des Käufers personalisiert. Entsprechend gilt das Ticket nur mit vorgezeigtem Reisepass oder Personalausweis. Auf diese Weise will die FIFA verhindern, dass die Karten in großen Mengen aufgekauft und zu horrenden Preisen auf dem Schwarzmarkt verkauft werden. Auf dem Chip befindet sich nur eine Nummer und eine so genannte Fan-Information, mit deren Hilfe gegnerische Fans vom Betreten bis zum Verlassen des Stadions voneinander getrennt werden. Die Nummer auf dem Chip wird beim Eintritt online mit einer Datenbank abgeglichen, in der die Personendaten samt Ausweisnummer hinterlegt sind. Diese Datenbank wird laufend mit internationalen Hooligan-Verzeichnissen abgeglichen.

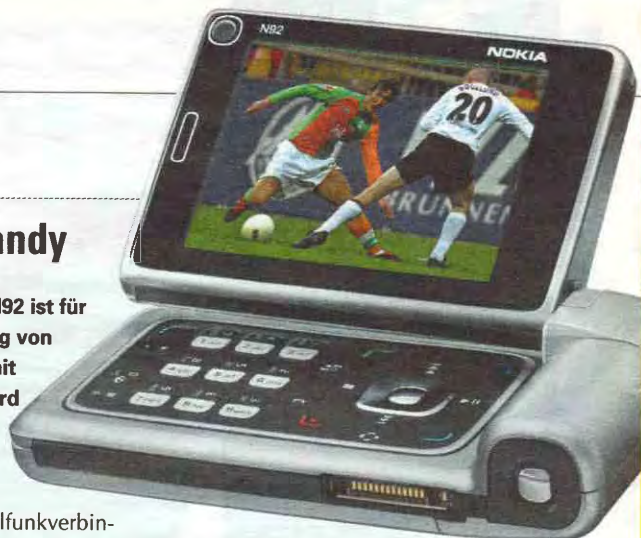
Datenschützer kritisieren die Sammlung von personenbezogenen Daten. Außerdem ist die Klage eines Käufers noch anhängig, der Tickets für 880 Euro über eBay versteigerte, die ursprünglich nur 110 Euro gekostet hatten. Während die FIFA den Mann als Schwarzmarkthändler bezeichnet und den Namen auf den Tickets nicht ändern will, pocht dieser auf sein Recht, mit bezahlter Ware machen zu können, was er will.



Die Spiele live auf dem Handy

Die Spiele der WM 2006 sollen auch auf dem Handy zu sehen sein. Tatsächlich wird es jedoch nur größere Pilotversuche mit dem Handy-TV geben. Dabei ist bislang die Frage noch ungeklärt, welcher TV-Standard sich durchsetzen wird. DMB (Digital Multimedia Broadcast) könnte schnell und kostengünstig realisiert werden. DVB-H (Digital Video Broadcast for Handhelds) hat dagegen den Vorteil, dass nicht nur vier bis acht Kanäle wie bei DMB, sondern bis zu 30 Handy-Programme empfangen werden können. DVB-H ermöglicht außerdem interaktives Fernsehen wie Sportwetten, Zuschauerumfragen oder TV-Shopping, indem

Das Nokia N92 ist für den Empfang von Handy-TV mit dem Standard DVB-H geeignet.



eine Mobilfunkverbindung als Rückkanal genutzt wird.

Da der Rundfunk in Deutschland jedoch Ländersache ist, kommt es zunächst zu einem Flickenteppich beim Handy-TV. So will man etwa in Hamburg und Berlin-Brandenburg beide Standards testen, während sich Bayern und Baden-Württemberg auf DMB konzentrieren. Die Landesmedienanstalten wollen sich jedoch an eine Selbstverpflichtung

halten und den Testbetrieb von DMB in allen 15 Bundesländern durch das Unternehmen „Mobiles Fernsehen Deutschland“ genehmigen. Doch selbst in diesem Fall wird sich die Ausstrahlung auf die WM-Austragungsorte beschränken. Ein weiteres Problem: Kaum jemand besitzt Empfangsgeräte.



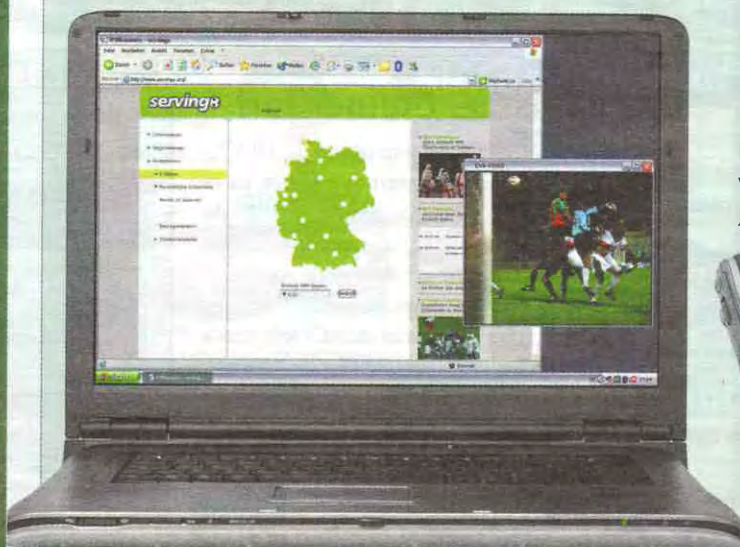
Quelle: Nokia, Werder Bremen

Zentraler Service für mobile Geräte

Mit „Servingo“ entsteht ein Serviceportal für mobile Geräte, das Informationen und Unterhaltung für die Veranstaltungsorte der WM und auch ortsübergreifend zur Verfügung stellt. Dabei ist die Plattform keine neue Datenbank, sondern ein Zugang zu verschiedenen bestehenden Diensten. Dazu zählen

Fahrpläne öffentlicher Verkehrsmittel, Hotel- und Gastronomieführer, Veranstaltungen an den Austragungsorten etc. Unterhaltung will das Portal zum Beispiel mit Spielszenen in 3-D anbieten, die sich interaktiv steuern lassen. Aber nicht nur für Zuschauer ist der Dienst gedacht. Ein nicht öffentlicher Teil der Plattform soll

die Organisatoren der WM bei der Steuerung des Fuhrparks von Mannschaften, Trainern und VIPs unterstützen. Übertragen werden die Daten je nach Anwendung über die Mobilfunkstandards GSM und UMTS sowie über digitalen Rundfunk. Für Servingo sind elf Firmen und Institute wie CAS Software, Fraunhofer und T-Systems zuständig, die mit vier Millionen Euro vom Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit unterstützt werden. Für die Öffentlichkeit ist www.servingo.de ab Frühjahr zugänglich.



Quelle: Servingo

Ein Portal, viele lokale Dienste: Servingo will erste Anlaufstelle für Fans sein, die Informationen mobil nutzen.