HSPA oder LTE: Mobile Datennetze sind die Zukunft

HSPA oder LTE: Mobile Datennetze sind die Zukunft

"Die richtige Technologie zum richtigen Zeitpunkt": Dieser Satz stand am heutigen Donnerstag im Mittelpunkt einer Veranstaltung der E-Plus Gruppe im Hamburger Emporio-Tower. Zwar sei das UMTS-Mobilfunknetz der E-Plus Gruppe grundsätzlich "LTE ready", doch bislang träfe diese Technologie lediglich auf eine sehr spitze Zielgruppe, sagte Mike Cosse, Leiter der Unternehmenskommunikation und Mitglied der Geschäftsleitung der E-Plus Gruppe vor geladenen Gästen. Die breite Masse interessiere sich nicht für Technologiekürzel, sondern achte deutlich stärker auf eine gute Performance des mobilen Datennetzes. Erst wenn die Mehrheit der Verbraucher die Bandbreiten von Technologien wie LTE zu nutzen vermag, sei mit nutzerorientierten Produkten zu rechnen. Wie der gesamte Netzausbau ist auch die LTE-Planung der E-Plus Gruppe konsequent auf die Bedürfnisse der Mehrheit der Mobilfunkkunden ausgerichtet.
Im Rahmen der Veranstaltung blickte Mike Cosse im Emporio-Tower mit Entscheidern und Wegbegleitern aus Norddeutschland auf zwei Jahrzehnte Mobilfunkgeschichte mit E-Plus zurück. Zwei Jahrzehnte in einem hochdynamischen Marktumfeld, geprägt von vielen technischen Neuerungen, aber auch von starken Innovationen. Neben der ersten echten Prepaid-Karte namens Free
 Easy (1997) erfand E-Plus als erster Mobilfunkanbieter das Mehrmarkenprinzip im Mobilfunk, das den Telekommunikationsmarkt nachhaltig veränderte. Mit der ersten Discountmarke simyo und der ersten Flatratemarke BASE schaffte es E-Plus 2005, dem Mobilfunkmarkt in Deutschland ein neues Gesicht zu geben. Bis zu diesem Zeitpunkt galt der Markt mit seiner Tarifvielfalt insgesamt eher als unübersichtlich und verwirrend. Die Demokratisierung des Mobilfunks hatte begonnen.
Schnelle Bits und Bytes statt reiner Sprache: Während in der Anfangszeit 1993 noch die reine Sprachtelefonie und der Verkauf von Minutenpaketen das Tagesgeschäft bestimmten, ist heute längst der Wandel zum Anbieter von mobilen Hochgeschwindigkeits-Datendiensten vollzogen. Intuitiv bedienbare Smartphones und Tablet-PCs beherrschen den Markt, klassische Handys sind dagegen im Handel kaum noch gefragt. Damit hat bei Verbrauchern ein klares Umdenken eingesetzt: von Interesse ist weniger die Technik. Vielmehr steht die Kombination aus konkreter Nutzerrelevanz, Preis-/Leistungsverhältnis und Netzverfügbarkeit im Vordergrund.
Ganz ähnlich sah das auch der Hamburger Bundestagsabgeordnete und medienpolitische Sprecher der FDP, Burkhardt Müller-Sönksen, in seiner Gastrede. In dessen Verlauf ging er unter anderem auf die politische Seite des Mobilfunks ein: "Die E-Plus-Gruppe ist ein Wettbewerber im besten Sinne und hat durch neue Angebote immer wieder die großen der Branche herausgefordert, beispielsweise indem E-Plus 2005 die Flatrate in Deutschland eingeführt hat. Es ist ja kein großes Geheimnis, dass ich den Wettbewerb für unabdingbar halte, um für uns Kunden ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis zu erreichen".

E-Plus Mobilfunk GmbH
 Co. KG
E-Plus-Platz
40468 Düsseldorf
Deutschland
Telefon: +49 (211) 448-0
Telefax: +49 (211) 448-2222
Mail: info@eplus.de
URL: http://www.eplus-unternehmen.de/
<img src="http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pinr_=525586" width="1" height="1">

Pressekontakt

E-Plus

40468 Düsseldorf

eplus-unternehmen.de/
info@eplus.de

Firmenkontakt

E-Plus

40468 Düsseldorf

eplus-unternehmen.de/
info@eplus.de

Kommunikation ist ein Grundbedürfnis der Menschen. Wir wollen zu jeder Zeit und an jedem Ort unsere Emotionen mit der Familie und Freunden teilen können, wir müssen immer und überall in der Lage sein, von unterwegs Geschäftliches abzuwickeln. Der Boom des Mobilfunks spiegelt diesen Trend eindrucksvoll wider.E-Plus hat sich auf die Fahnen geschrieben, mobile Kommunikation für seine Kunden einfach und unterhaltsam zu gestalten. Unser Slogan "Ein Plus verbindet" steht dabei für unsere Rolle, Menschen durch mobile Kommunikation miteinander zu vernetzen und ihr Leben damit zu bereichern, sprich wertvoller zu machen.Damit verbunden sind klare Markenwerte, an denen wir uns messen lassen:Wir bieten unseren Kunden Produkte an, die einfach zu verstehen sind.Wir versuchen, immer ein wenig mehr für's Geld zu bieten und liefern, was wir versprechen.Wir wollen menschlicher, sprich näher am Kunden sein und erfahren, was unsere Kunden wünschen.Und wir suchen die Herausforderung, indem wir den Markt und unsere Kunden mit innovativen Produkten überraschen.All das macht E-Plus als Marke einzigartig und erfrischend anders.