

Mobil forskning på tværs af kulturkløft

- Global indstilling er nødvendig i jagten på nye produkter, mener europæisk Docomo-chef

Den succesfulde japanske teleoperatør NTT Docomos europæiske laboratorier i München er arbejdsplads for et halvt hundrede medarbejdere af vidt forskellig nationalitet. Hovedparten af dem er forskere, og én af opgaverne for ledelsen har været at få det bedste ud af mødet mellem vidt forskellige kulturer. Det fortæller professor Dr. Hendrik Berndt, Senior Vice President og Chief Technology Officer i Docomo Communications Laboratories Europe GmbH.



Hvad er historien bag etableringen af NTT Docomos europæiske afdeling?

- Vores Eurolabs blev etableret for otte år siden i et forsøg på at kombinere avanceret europæisk teknologi-forskning med vores idéer i Japan. Siden da har vi fået et rigtigt godt netværk med europæiske universiteter og forskningsprojekter. Vi kan bringe vores idéer og tanker til Europa og tage europæiske strømninger med tilbage til Japan.

NTT Docomo står meget stærkt i Japan. Alligevel rækker selskabet ud til både Europa, USA og resten af verden. Hvorfor?

- Telekommunikation har altid været en global forretning. Hvis man leder efter ægte globale løsninger, som er brugbare for hele markedet, er man nødt til at have forbindelser til andre dele af verden. Især når det gælder standardisering bliver man nødt til at bringe forskellige kilder sammen. Ikke bare fra Asien og Japan men også fra Europa og andre dele af verden.

På nogle områder er mobilmarkedet i Japan meget forskelligt fra det europæiske. Kan det være en frustration, at eksempelvis mobilt bredbånd er langt mere udbredt i Japan og Asien generelt end her i Europa?

- Det er helt rigtigt, at kunders vilje til at adoptere nye teknologiske løsninger og tjenester er langt højere i Japan end hos den gennemsnitlige europæiske forbruger. Men overbevisende løsninger vil også tiltrække kunder i Europa. Vi er måske nok lidt bagefter, men vi skal nok indhente det.

Jeres europæiske placering her i München blev valgt efter grundige analyser. Hvordan vil De beskrive området?

- Der var forskellige steder, som bestemt ville have været passende lokationer for etableringen af Docomos Eurolabs. Men München har en række fortrin. Der er de tekniske universiteter, som vi har projekter med. Der er gode transportforbindelser mellem Japan og München, og der er mange andre industrielle spillere i området, som gør samarbejdet lettere.

I er et japansk selskab med en europæisk afdeling. Det betyder, at to meget forskellige kulturer introduceres for hinanden. Er det en udfordring eller en fordel?

- Alt i alt er det en fordel. Når man kombinerer forskellige kulturer, skal man gøre sig umage med at forstå hinanden på et dybere niveau, så man kender noget til hinandens historie, og forstår bestemte mønstre for opførsel. Men hvis det er på plads, kan begge sider drage fordel af samarbejdet og lære af hinanden med gode resultater til følge.

Ét af jeres prioriterede forskningsområder er "sikre og smarte tjenester". Hvad ligger der i det?

- Vi har en stærk tro på, at der er et stort potentiale på markedet for nye tjenester, som går videre end traditionelle telekommunikations- og mobil-tjenester hidtil har gjort. Så vi leder efter smarte løsninger, som kan integreres i brugernes omgivelser og tilbyde nye tjenester baseret på deres lokation. Hvis en operatør kan spille en rolle i at tilbyde tjenesten, vil det øge vores forretnings-portfolio.

I demonstrerer flere forskellige projekter på det her område. Ét af dem går under navnet "Perci". Hvad går det ud på?

- Tanken bag "Perci" er, at kunder gerne vil bruge deres mobiltelefon til at vælge tjenester i nærområdet, som tilbydes via plakater, møbler eller andet i omgivelserne. For service-udbyderen vil det give mulighed for at tilbyde ekstra information til brugerne, så de kan træffe smartere valg om køb. Et simpelt eksempel er, at man ser plakaterne for de sidste nye biografilm. Takket være en speciel nærfelts-teknologi kan man bruge sin mobiltelefon til at pege på plakaten, og på den måde vælge hvilken film og forestilling, man vil se, samt hvor man gerne vil sidde. Måske vil der ovenikøbet være mulighed for at se en trailer for filmen eller at hente anmeldelser fra en anden udbyder. Så mobiltelefonen bliver meget mere end en telefon og et kommunikationsapparat. Vi håber, at det i fremtiden vil være med til at gøre livet lidt lettere.

Et andet eksempel er jeres demo-projekt med Lake District i USA, hvor I bruger samme teknologi til at hjælpe besøgende med at vælge attraktioner og lægge ruteplaner.

- Ja, tanken bag det er, at man har et kort med forskellige markører, som beskriver begivenheder, restauranter og hoteller. Ud fra interesser kan man lægge sin ruteplan blot ved at røre markørerne med telefonen. Via nærfelts-kommunikation får markørerne ekstra funktionalitet, som vises privat på brugerens telefon. På den måde kan man sammensætte sit program og tage oplysningerne med sig.

I har de her ting i jeres laboratorier. Hvor tæt er de på at være klar til udrulning i samfundet?

Det afhænger af kundernes vilje til at acceptere teknologien. Vi har haft forespørgsler fra forskellige industri-sektorer. For eksempel fra virksomheder, der laver udstyr og møbler til det offentlige rum, og som gerne vil bringe flere tjenester til kunderne. Vi har lavet brugerundersøgelser, og resultaterne er ganske positive. Selv sammenlignet med andre mulige metoder til at tilbyde den type tjenester – eksempelvis via almindelige trykfølsomme skærme. Så vi mener, at vores løsninger har potentiale og vil blive accepteret af kunderne.

Links:

NTT Docomo Eurolabs: <http://www.docomoeurolabs.de>

Perci-projektet: <http://www.hcilab.org/projects/perci>