Nostalgisch: Das Nokia 3310 war 2000 eines der meistverkauften Smartphones. Dieses Jahr wird es neu lanciert – weiterhin ohne die Möglichkeit, im Internet zu surfen.

Stil beweisen mit dem Smartphone?

Nena Morf

Das Smartphone ist längst so alltäglich, dass ihm jeglicher Nimbus eines Statussymbols abgeht. Kann man beim Kauf eines Mobiltelefons aber trotzdem Geschmack beweisen? Designprofis geben Auskunft.

Das Smartphone ist vermutlich das wichtigste technische Objekt unserer Zeit: Es ist unsere Uhr, unser Kalender, unsere Zeitung und unsere Landkarte. Oft ist es das Erste und das Letzte, was wir jeden Tag sehen – denn es begleitet uns immer: beim wichtigen Business-Meeting ebenso wie beim Einkaufen und beim ersten Date. Laut Forschern des deutschen «Menthal-Balance»-Projekts nutzen wir unser Mobiltelefon pro Tag mindestens 88-mal. Und alle – von der Vorgesetzten bis zum Schwarm – sehen dann, welches Smartphone wir besitzen. Styling-Coach Ana Haldimann von ANA STYLE sieht im Smartphone dennoch kein Stil-Statement – mal abgesehen von wenigen exklusiven Teilen: «In meinen Augen ist ein Mobiltelefon einfach ein funktionales Gerät, das nicht entscheidend zum persönlichen Stil beiträgt.»

Zurück in die 1990er-Jahre?

Marcel Delavy, Geschäftsführer des Unternehmens Produkt Design Zürich, teilt die Meinung der Stil-Expertin: «Mehr als rechteckige, in verschiedenen Radien gerundete und in ver-

Das Natel und die Swisscom

Natel: ein Wort, das nur die Schweizerinnen und Schweizer kennen. Es handelt sich dabei um die Abkürzung für «Nationales Autotelefon» und wird in der Schweiz als Synonym für Smartphone gebraucht. Ein geschickter Werbeschachzug? Denn Natel ist gleichzeitig eine von der Swisscom eingetragene Marke, mit der das Unternehmen Mobilfunkangebote bewirbt. Seit 1999 ist die Schreibweise in Versalbuchstaben NATEL markengeschützt.

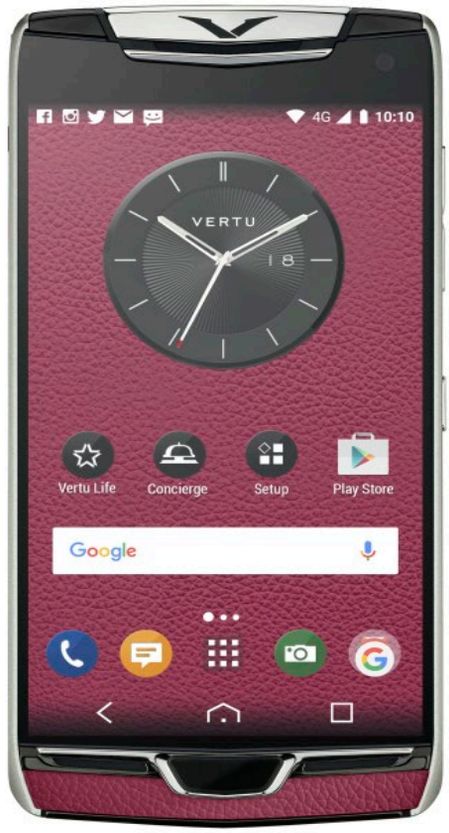
schiedenen Grössen und Materialien gefertigte technische Objekte sind die Smartphones heutzutage nicht mehr.» Er bedauert, dass sich die Designs im Vergleich zu früheren Mobiltelefonen oder gar Tischtelefonen stark angeglichen haben. Aber es gibt vielleicht einen Schritt zurück. Nokia lässt das zumindest vermuten: Dieses Jahr feiert das Smartphone Nokia 3310 sein Comeback auf dem Mobilfunkmarkt – natürlich mit dem Kultspiel «Snake», aber auch ohne die Möglichkeit, Apps zu installieren oder ausgiebig im Internet zu surfen. «Mit einem 3310 demonstriert der Benutzer eine nostalgische Sehnsucht», so Ana Haldimann. Stil beweise man damit allerdings nicht. «Ich kann mir nicht vorstellen, wer das kaufen soll», ergänzt Marcel Delavy, «einmal mehr wohl einfach solche, die einen momentanen Gefallen daran finden – mit zeitlosem Stil hat das nichts zu tun.»

Oder doch eher eine edle Adaption der Fifties?
Nokia kann aber auch anders: «Vertu ist weit mehr als ein Telefon: Es verschafft Ihnen Zugang zu einer wirklich exklusiven Welt.» So bewirbt Vertu – eine Tochterfirma von Nokia – seine Luxus-Mobiltelefone. Hier kostet allein das Smartphone-Etui ungefähr so viel wie ein neues iPhone, und die Preise für die Smartphones steigen in luftige Höhen von bis zu 250 000 Franken. «Wer dieses Geld ausgeben möchte, hat etwas Spezielles gekauft, das klar einen gewissen Lifestyle kommuniziert», sagt Marcel Delavy über die Geräte der Edelmarke aus England. Zudem sei der aktuelle Leder-Retrolook aus den 1950er-Jahren ein tolles und edles Design, wie man es sonst selten finde. «Ein Vertu ist mir persönlich zu teuer», so Styling-Coach Ana Haldimann – auch ihr sagt das elegante Design zwar zu, «wir müssen uns aber gerade in Bezug auf den persönlichen Stil fragen, ob wir ein Werbeplakat sein wollen», gibt sie gleichzeitig zu bedenken.

Naturbursche oder Familienalbum
Laut dem Designexperten Marcel Delavy macht es für den persönlichen Stil auch keinen Unterschied mehr, für welche Marke man sich entscheidet. Das iPhone zum Beispiel sei so oft kopiert und interpretiert worden, dass die Übergänge sehr fliessend seien. Er sieht Apple designtechnisch mittlerweile sogar eher im Hintertreffen, da der Stil an Eigenständigkeit verliere – nicht wie das Galaxy Edge von Samsung, das mit neuer Form und Funktion aufwarte. «Das Touchdisplay hat sowieso alles revolutioniert», so Marcel Delavy. Denn ohne Tasten und mit dem Kundenwunsch nach immer kleineren Geräten bleibe beim Design nicht mehr viel Spielraum. «Um Identität zu generieren, individualisiert man die Hülle oder die Klingelmelodie.» Auch die Stil-Expertin betrachtet die Hüllen als gute Möglichkeit für ein persönliches Statement: «Hier gibt es viel Raum für Spielereien: Smartphone-Hüllen sind ein spannendes Accessoire, das je nach Saison auch mal variieren darf.» Angebote für Cover gibt es zuhauf – und sie werden immer ausgefallener. Man muss sich also nicht wundern, sieht man jemanden mit einem Plüschbären oder einer riesigen Erdbeere am Ohr telefonieren. Es geht aber auch schlichter – und stilvoller. «Mit einer Holzhülle etwa können gerade Männer ein schlichtes und elegantes Statement abgeben», sagt Ana Haldimann. Auch Familienmenschen sind gut bedient: Sie können sich ihre Hüllen mit persönlichen Fotos bedrucken lassen und so schöne Erinnerungen stets dabeihaben.

Für Styling-Coach Ana Haldimann von ANA STYLE ist die Smartphone-Hülle ein Stil-Statement.

Für Marcel Delavy, Geschäftsführer des Unternehmens Produkt Design Zürich, entscheidet die Smartphone-Marke nicht über den persönlichen Stil.



Das Vertu Signature verfügt über eine Rubintaste – sie bietet den direkten Zugriff auf den Vertu Concierge Service, der den Besitzer rund um die Uhr in allen Belangen betreut.

Das neu lancierte Constellation von Vertu ist günstiger als die Signature-Linie: Ab rund 6000 Schweizer Franken ist man dabei.

Laut Stil-Expertin Ana Haldimann beweisen nicht die Geräte selbst, sondern die Hüllen Geschmack – etwa eine elegante Holzhülle.

Jewel that communicates?
Die Firma Goldvish mit Sitz in Genf bietet wie viele andere Edelmarken die Möglichkeit für eine persönliche Gravur, damit das Telefon dann auch wirklich individuell ist. Zudem sind viele Modelle aus Alligatorenleder gefertigt; eine persönliche Hülle wäre wohl fehl am Platz. Goldvish produziert Smartphones in der Preisklasse von 20 000 bis rund 140 000 Schweizer Franken. Mehr als tausend Geräte «made in Switzerland» verkauft das Unternehmen pro Jahr – hauptsächlich an Kundschaft in Russland, China, Indien und im Mittleren Osten. «Jewel that communicates» lautet der Slogan des Unternehmens. Was sagt ein Goldvish über seinen Besitzer? «Würde man ein Geschenk von einem orientalischen Herrscher erhalten, wäre es ein Goldvish», resümiert der Designexperte schmunzelnd. Ana Haldimann ist auch nicht überrascht, dass die Kundschaft des Unternehmens nicht aus unserem Kulturkreis

Das NoPhone wurde von zwei US-amerikanischen Künstlern erfunden und verfügt über absolut keine technischen Funktionen. Kostenpunkt: 10 US-Dollar.

Das «Le Million» der Schweizer Firma Goldvish ist im Guinnessbuch der Rekorde als teuerstes Mobiltelefon eingetragen, das jemals verkauft wurde: für rund 1,2 Millionen US-Dollar.

Das Smartphone und Ericsson

Die Bezeichnung Smartphone wurde zum ersten Mal von der Firma Ericsson verwendet: Pünktlich zum Millennium stellte das Unternehmen das Ericsson R380 vor, das die Schweden als «Smartphone» bezeichneten. Erstmals vereinte ein Gerät Symbian-Software, Touchscreen, Internetbrowser, Kalenderfunktion und vieles mehr. Aus heutiger Sicht ist das R380 natürlich trotzdem ein Relikt aus der Steinzeit.

stammt: «Designs für die arabische Welt oder etwa für Japan sind oft um einiges auffälliger.» Das passe aber nicht in die zurückhaltende Schweiz. «Der persönliche Stil ist keine Verkleidung», so die Expertin. «Drückt mein Mobiltelefon aus, dass ich viel Geld besitze, hat das noch nichts mit Stil zu tun.» Marcel Delavy gibt ihr recht: «Zeitloser Stil orientiert sich bei uns an neutralen, allgemein gefälligen Formen.» Goldvish ist übrigens im Guinnessbuch der Rekorde – als Hersteller des teuersten und exklusivsten Mobiltelefons überhaupt: Nicht weniger als eine Million Euro kostete das Modell «Le Million», von dem es nur drei Exemplare gibt.

Digital Detox

Das aussagekräftigste Statement gibt man wohl mit einem NoPhone ab. Die New Yorker Künstler Van Gould und Chris Sheldon haben auf die digitale Überladung unserer Zeit reagiert und ein Mobiltelefon entwickelt, das absolut nichts kann: Es ist eine Plastikhülle, die aussieht wie ein Smartphone und 10 Dollar kostet. Dazu kriegt der glückliche Käufer aber «mehr Aufmerksamkeit und mehr echte Freunde», so die Künstler. Über 10 000 NoPhones haben die New Yorker verkauft – anscheinend trafen sie den Nerv der Zeit. Ermässigung gibt es, wenn man zwei NoPhones («The Couple's Cure») – oder gleich fünf («The Family Plan») kauft. Und was das Design angeht, steht es den gängigen Marken in nichts nach: Das NoPhone ist rechteckig mit gerundeten Ecken und in zeitlosem Schwarz gehalten. Auch das NoPhone Air ist eine Überlegung wert: Dieses lässt sich allerdings nicht mit einer Hülle individualisieren – dafür braucht man sich keine Gedanken darüber zu machen, was es wohl aussagt, denn es ist unsichtbar.

Apropos: Über 90 Jahre ist es her

Das Nokia 9000 Communicator wurde 1996 als «erstes Smartphone der Welt» gefeiert. Die Geschichte des mobilen Telefonierens begann aber schon viel früher, nämlich 1926. Damals gab es in den Zügen der Deutschen Reichsbahn auf der Strecke Hamburg–Berlin einen mobilen Telefondienst in der 1. Klasse. Nach dem zweiten Weltkrieg errichtete die Firma AT&T in den USA das erste Mobilfunknetz, über das ein Lastwagenfahrer 1946 den allerersten Anruf tätigte – mit einem Funktelefon, das im LKW eingebaut war. Die Entwicklung des Mobiltelefons war in die Wege geleitet: 1983 präsentierte dann Martin Cooper – ein US-amerikanischer Elektroingenieur – das erste kommerzielle Mobiltelefon für den Handel.

Der damalige Angestellte bei Motorola hatte zehn Jahre früher ein Patent für ein Radio-Telefon-System eingereicht. Die Mobilfunk- und Gerätetechnik wurde in den folgenden Jahren enorm verbessert; aber auch das 1996 lancierte Nokia 9000 war eigentlich noch kein Smartphone im heutigen Sinn, da es weder eine Kamera besass noch Apps installiert werden konnten. Der erste Blackberry diente ab 1999 zwar als mobiles Büro, telefonieren konnte man damit aber nicht – dies war erst ab der 10. Blackberry-Generation 2003 möglich. Vier Jahre später sorgte zuerst Apple mit dem iPhone für riesiges Aufsehen – das erste mobile Multimediacenter war auf dem Markt. Nur ein Jahr später brachte Google mit dem HTC Dream und dem Betriebssystem Android die nächste Revolution auf den Markt. Andere Betriebssysteme wie Symbian oder Microsofts Windows konnten sich nicht durchsetzen, und mit den Jahren verschwanden viele grosse Player von der Bildfläche. Zurzeit sind Samsung, Apple und Huawei die unangefochtenen Weltmarktführer.

Das Nokia Cityman kam 1987 auf den Markt; es wog 760 Gramm und kostete rund 2000 Britische Pfund.

Das fabelhafte Phablet?

Das Phablet ist auch unter dem Namen Smartlet bekannt. Bei beiden Begriffen handelt es sich um Wortkreuzungen aus Smartphone und Tablet. Die Phablets sind Smartphone-Modelle mit überdurchschnittlich grossem Bildschirm, der aber doch kleiner ist als ein Tablet-Bildschirm. Mit dem Erscheinen des Galaxy Note 2011 löste Samsung überraschenderweise einen Phablet-Boom aus. Nichtsdestotrotz kann die Benutzung eines Phablets – wie der Name selbst – gewisse Komik haben, etwa wenn die eigenen Hände etwas zu klein sind und man dann gezwungen ist, zweihändig zu telefonieren.