



Das Internet der Zukunft – Teil 8: Fun Facts zum Thema Glasfaser

Die meisten Menschen verbinden mit dem Wort „Glasfaser“ wahrscheinlich eine Technologie für schnelles Internet. Doch Glasfasern spielen nicht nur in der Telekommunikationsbranche eine wichtige Rolle. Oder wussten Sie, dass spezielle Pfeile beim Bogenschießen aus glasfaserverstärktem Kunststoff hergestellt werden? Die sogenannten Fiberglas-Pfeile verbiegen nicht und sind besonders haltbar – diese Eigenschaften machen sie zu den perfekten Pfeilen für Anfänger. Deutlich ungefährlicher ist der Einsatz von Glasfasern im Bereich Beleuchtung. Neben Lava- und Plasma-Lampen waren Glasfaser-Leuchten in den 1990er und 2000er Jahren sehr beliebt. Oft waren sie in einem bunten Aufsatz verankert, der sich gedreht und dabei die Farben gewechselt hat. Nostalgie-Fans werden sich freuen, denn auch heute gibt es die Beleuchtungs-Gadgets, die optisch an eine Pusteblume mit leuchtenden Enden erinnert, noch zu kaufen. Deutlich größere Bedeutung als einem Deko-Element kommt der Glasfaser im Bereich Medizintechnik zu. Glasfasern aus Quarzglas sind sehr flexibel und gleichzeitig bruchfest. Dadurch können sie über spezielle Laserkatheter gezielt und minimal invasiv verschiedene Bereiche im menschlichen Körper erreichen, die sonst nur schwer zugänglich sind. Mittels Glasfaser-Laser lassen sich beispielsweise schonend Gallen- oder Nierensteine entfernen oder mit Hilfe von UV-Licht Ablagerungen in verengten Blutgefäßen auflösen.

Über die 1&1 AG

Die 1&1 AG ist ein börsennotierter Telekommunikationsanbieter mit Sitz in Montabaur. Das Unternehmen gehört zum Konzernverbund der United Internet AG.

1&1 betreibt als erster Netzbetreiber Europas ein vollständig virtualisiertes Mobilfunknetz auf Basis der innovativen Open-RAN-Technologie. Neben einem umfassenden Mobilfunkportfolio werden Breitbandanschlüsse angeboten, die zumeist auf dem deutschlandweiten Glasfaser-Transportnetz von 1&1 Versatel sowie auf regionalen Netzen von City Carriern und der Deutschen Telekom basieren.

Während die Marke 1&1 Value- und Premiumsegmente adressiert, sprechen die Discount-Marken des Konzerns preisbewusste Zielgruppen an.

Ihr Pressekontakt

Thomas Kahmann

Telefon: +49 2602 / 96 – 1276

E-Mail: presse@1und1.de