

Mobiles Fernsehen – bringen LTE und Apps endlich den Durchbruch?

Apple und das iPhone haben dem Smartphone-Markt weltweit in den letzten Jahren zu einer rasanten Entwicklung verholfen. Seitdem sind viele neue Apps mobil nutzbar. Die modernen Geräte, innovative Software und der neue Mobilfunkstandard Long Term Evolution (LTE) könnten endlich auch dem mobilen Fernsehen zu der schon oft vorausgesagten steilen Karriere verhelfen. Voraussetzung dafür sind allerdings moderne TV-Konzepte. **Von Ekkehart Gerlach und Michael Paschek**

Die Erfindung des Fernsehens hat das Leben und den Alltag der Menschen weltweit stark verändert. Vielleicht noch stärker greift derzeit das Internet in unser Leben ein.

Beiden Medien ist gemeinsam, dass sie Massenmedien zur Informationsverbreitung, zur Unterhaltung und mehr und mehr auch zur Werbung sind. Beiden ist auch gemein, dass sie sich gegenwärtig in einer starken Expansionsphase befinden. Denn nicht nur das dynamische Internet ist gefragt – dank Digitalisierung, Flachbildschirmen, hochauflösender, hybrider und vielleicht einmal dreidimensionaler Technik ist auch das vermeintlich verstaubte Fernsehen wieder up to date.

Dies gilt derzeit allerdings nur für das stationäre TV. Anders sieht es im Bereich der mobilen Nutzung aus: Während der mobile Internetzugang mit dem Vordringen der Smartphones quasi automatisch explodiert, ist die mobile TV-Nutzung noch ein Ereignis mit Seltenheitswert. Bei der Einführung von UMTS in Deutschland im Jahre 2000 wurden Videotelefonie und Fernsehen als wichtige denkbare Anwendungen der neuen breitbandigen mobilen Übertragung betrachtet. Allerdings waren die Kosten für eine dauerhafte, fernseh-typische Datenverbindung zu hoch und die Abrechnung der geflossenen Daten nicht transparent.

Mitte des vergangenen Jahrzehnts kam ein neuer Mobile-TV-Hype auf. Mit Digital Multimedia Broadcast (DMB) und Digital Vi-



deo Broadcast für Handys (DVB-H) wurden gleich zwei neue Ansätze verfolgt. Aber die schwachen Leistungen der Geräte, die fehlende flächendeckende Funkversorgung sowie die geringe Anzahl von TV-Programmen führten zum Scheitern beider Konzepte. Ähnlich erfolglos endete 2008 der Versuch, Mobiltelefone zu bauen, die den eigentlich für die stationäre Welt entwickelten und inzwischen weit verbreiteten DVB-T Standard unterstützten.

Komfort und Transparenz fehlen

Hat das mobile Fernsehen 2011 bessere Marktchancen? Die heutigen Smartphones könnten technisch gutes Internet-Fernsehen auf den IPTV-Standards bieten. Dennoch wird nicht massenhaft mobil ferngesehen. Denn zunächst einmal ist es – je nach Gerät, Betriebssystem und Mobilfunkanbieter – gar nicht so einfach, den TV-Dienst auf dem Handy einzurichten. Sowohl Gerätehersteller als auch Mobilfunk-Netzbetreiber legen ihren Fokus eher auf Soziale Netzwerke und Bezahl-Inhalte. Es gibt kaum noch ein Gerät, das nicht „YouTube“, „Twitter“, einen Instant-Messenger und zumindest einen Music- und App-Store installiert und vorkonfiguriert hat.

Auch die nicht immer transparenten Kostenstrukturen bremsen den Aufstieg des mobilen TV. Viele Nutzer fragen sich, ob TV-Video-streaming unter ihre Flatrate fällt und welche Mengen an Daten wohl im Hintergrund fließen. Was ist, wenn bereits nach der dritten Soap das gebuchte Monatslimit der Datenflat überschritten ist und der Carrier den Nutzer für den Rest des Abrechnungs-Monats auf die fast steinzeitlich anmutende GPRS-Geschwindigkeit zurückstuft? Für das heutige mobile TV-Angebot kann wohl festgehalten werden, dass dieses Feld nach den drei recht ernüchternden Versuchen eines gezielten Marktstarts im vergangenen Jahrzehnt im Vergleich zu anderen Diensten offenbar arg vernachlässigt wurde.

Aber schauen wir in die Zukunft. Folgen wir den Propheten der nächsten mobilen Ausbauwelle rund um den neuen Mobilfunkstandard LTE. Dieser soll Bandbreiten bis zu 170 Megabit pro Sekunde (Mbps) und mit der nächsten Ausbaustufe „LTE advanced“ sogar bis zu

1 Gigabit pro Sekunde (Gbps) ermöglichen. Im Vergleich zu seinem Vorgänger UMTS hat LTE zusätzlich eine mindestens zehnmals schnellere Signallaufzeit, was gerade bei Echtzeitanwendungen sehr von Vorteil ist. In Verbindung mit der Ausbreitung von nutzerfreundlichen Tablet-PCs und Sub-Tablets könnten Netz-Engpässe, zu geringe Bandbreiten für hochwertige Live-Fernsehbilder und zu geringe Nutzerakzeptanz bald Geschichte sein, vorausgesetzt, der Wettbewerb führt zu weiter sinkenden Flatrates für Sprach- und Datentarife. Vor diesem Hintergrund ist zu vermuten, dass mobiles TV von den Mobilfunkanbietern bald noch intensiver betrachtet wird, sei es als Bestandteil eines mobilen Highend-TV-Geräts oder als Pay-Dienst.

Moderne mobile TV-Konzepte sind nötig

Angenommen werden darf allerdings auch, dass es dazu eines neuen und deutlich erweiterten mobilen TV-Konzepts bedarf, das weit darüber hinausgeht, den klassischen Programminhalt 1:1 auf das mobile Gerät zu übertragen. Vielmehr kommen hier Themen auf wie Interaktivität und Mehrwertdienste,

bei denen der im Mobilfunk standardmäßig vorhandene Rückkanal eine entscheidende Rolle spielen kann. Denkbar ist zum Beispiel eine Fokussierung auf Video-on-Demand-Dienste oder eine minutengenaue aktuelle Einschaltquotenbestimmung – mit entsprechender Tarifierung der Werbeminute. Live-Fernsehschows könnten interaktiv gestaltet werden, indem der TV-Konsument sich per „Push-Button“-Funktion darum bewerben kann, live in die Sendung geschaltet zu werden, vielleicht sogar in HD-Qualität mit Videobild der Smartphone-Kamera. Ein analoger Ansatz könnte für Nachrichten oder anderen „User Generated Content“ gelten, für mobile Abstimmungen oder für mobiles TV-Shopping. Auch „Pay-per-View“-Programme oder eine App, die erworben wird, um eine bestimmte Sendung oder einen Film zu sehen, wären relativ einfach zu realisieren und versprächen zusätzliche Einnahmen. Womöglich könnten dabei sogar die gegenwärtig expandierenden „Location Based Services“ den einzelnen Mobile-TV-Nutzern ein auf ihren jeweiligen Standort abgestimmtes Programm liefern, das keine Wünsche an mobiler Unterhaltung und Information mehr offen lässt. ■

DAS SEMINAR

01

Renaissance für mobiles TV? Status und Perspektiven der steigenden mobilen Nutzung von Bewegtbild

INHALTE

Der Nutzungsanteil von Bewegtbild auf mobilen Endgeräten steigt ständig – dafür sorgen schon iPhone, iPad & Co.

Noch vor fünf Jahren entfiel ein ganz großer Teil der Diskussion über mobil bewegte Bilder auf die Frage der Regulierung und Zulassung. Heutige Ansätze gehen eher in Richtung 3G/4G, zumal damit nicht nur TV aller Schattierungen, sondern auch klassisches Video-on-Demand und Online-Plattformen aus dem Internet abgebildet werden können.

In diesem Workshop sollen die wesentlichen mobilen Bewegtbild-Ansätze nach aktuellem Stand sortiert und im Hinblick auf Zukunfts- und Geschäftsfähigkeit eingestuft werden.

ORT
Köln

TERMIN
20. September 2011

PREIS (zzgl. USt.)
290,- EUR / 190,- EUR (BITKOM-Mitglieder)

DIREKTLINK
www.bitkom-akademie.de/mobile-tv



Ekkehart Gerlach ist Geschäftsführer der deutschen Medienakademie in Köln, die ab 2000 auf Anregung des Landes NRW von der Bertelsmann Stiftung aufgebaut wurde und als Fachakademie für Führungskräfte in den Bereichen Kommunikation und Medien, insbesondere Neue Medien, TK und IT tätig ist. Zuvor war er als Experte für Unternehmensstrategie und -entwicklung lange Jahre in den drei Bereichen tätig, die heute die Konvergenz zu Multimedia ausmachen: Informationstechnologie, Telekommunikation und Content.



Michael Paschek studierte an der RWTH Aachen Elektrotechnik und Informationstechnik. Er hat eine mehr als zehnjährige internationale Erfahrung in der Mobilfunkbranche und ist bei der Deutschen Telekom Experte für Endgeräte, Systeme und Lösungen im Mobilfunk. Bei LG war er mitverantwortlich für die Einführung der ersten mobilen TV Geräte.