

Zukunft Mobile TV

Mobiles Fernsehen: Wie das Handy unsere Welt verändert

Gerhard Graf

Die Video-on-Demand-Angebote der Telekommunikationsanbieter wurden im Frühsommer 2006 durch echtes Mobile TV ergänzt – die Resonanz ist jedoch nach wie vor sehr verhalten. Die Frage ist, wie sich Mobile TV weiter entwickelt und welcher Handlungsbedarf aus Sicht des Jugendschutzes künftig entstehen könnte. Der Artikel verknüpft den Ausblick auf Mobile TV mit der künftigen Ausstattung der Mobiltelefone und legt einen besonderen Akzent auf das enorme Potential dieser personalisierten Kommunikationszentralen der Zukunft.

Anmerkungen:

1

TNS Infratest:
GTI – Global Tech Insight
2006

2

**Medienpädagogischer
Forschungsverbund
Südwest:**
JIM-Studie 2006, S. 52

3

Vgl. Graf, G. 2006

4

Tellabs Touts Mobile TV
Study, 16.02.2007.
Abrufbar unter:
http://www.lightreading.com/document.asp?doc_id=117632

Mobile TV gilt für Medienunternehmen und Telekommunikationsanbieter (Telcos) als eines der spannendsten und erfolgversprechendsten Themen der kommenden Jahre – und ist dem Verbraucher in Deutschland doch völlig gleichgültig: Eine Studie von TNS Infratest aus dem Jahr 2006 kommt zu dem Ergebnis, dass 94 % der 16- bis 49-jährigen Handybesitzer SMS, aber nur 5 % Mobile TV nutzen.¹ Eine jährliche Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger führt 2006 „Fernsehen“ in der Übersicht der wichtigsten Handyfunktionen – nach Einschätzung der Befragten – gar nicht auf.² Dies ist umso erstaunlicher, als die Medienindustrie auf genau diese junge Zielgruppe für die kommenden Jahre setzt. Woran liegt das offensichtliche Desinteresse der potentiellen Nutzer an Mobile TV?

Ein erster Hinweis mag sein, dass Mobile TV anfänglich mit herkömmlichem Fernsehen nahezu nichts gemein hatte. Genauer: Während es erst seit der WM 2006 echtes Mobile TV in Deutschland gibt, ist das auf den Plattformen der Telekommunikationsanbieter Vodafone, T-Mobile und O₂ ausgewiesene Mobile TV in erster Linie identisch mit dem, was in der TV-Branche als „Video-on-Demand“ bekannt ist: der Abruf von Sendungen oder Sendungsausschnitten gegen Gebühr. Einige wenige, live gestreamte Angebote, die auf den Plattformen von Vodafone, T-Mobile und O₂ zu finden sind, sind ledig-

lich Ausnahmen von der Regel. Beispielsweise sind derzeit von 31 „Sendern“, die Vodafone als größter Anbieter aktuell auflistet, fünf „Sender“ live, aber nicht unbedingt mit dem gleichzeitig ausgestrahlten, echten Free-to-Air-Broadcast-Programm identisch. Zudem sind „Sender“ hier nicht mit Sendern im herkömmlichen Fernsehen vergleichbar; es handelt sich in der Mehrzahl um Pools von Sendungen bzw. Sendungsausschnitten, die kostenpflichtig zum Ansehen bzw. zum Erwerb per Download angeboten werden.³

Das Ganze spielt in der Welt von UMTS (oder 3G: 3. Generation Mobiles) und ähnelt viel eher den Abläufen von Online als TV: Der Nutzer muss sich per Handy in das (WAP-) Portal des Telekommunikationsanbieters einwählen, sich mit dem Server verbinden, dort Mobile TV finden, sich durch die verfügbaren „Sender“ oder Downloadareale klicken, das gewünschte Angebot auswählen, der geforderten Gebühr zustimmen, das betreffende „Programm“ downloaden – und hoffen, dass die Verbindung nicht abbricht. Denn mehrere Nutzer teilen sich eine Funkzelle, und das Ende der Übertragungsbandbreite ist schnell erreicht. Dies alles ist trotz stetiger Aufrüstung der Netze inklusive Erhöhung der Übertragungsrates bislang noch langsamer, aufwendiger und auch teurer, als es klingt – und wohl der Grund dafür, dass das Image von UMTS bei Nicht-Nutzern inzwischen besser ist als bei Nutzern.⁴

Mobile TV in Deutschland

Echtes Mobile TV ist in Deutschland seit der WM 2006 regulär verfügbar: Mobiles Fernsehen Deutschland (MFD) bietet seitdem in Kooperation mit mehreren Partnern echtes Broadcast-Mobile-TV an. Dazu werden spezielle Mobiltelefone benötigt, bei denen mit Knopfdruck – wie bei einem normalen TV-Gerät – ohne umständliche Umwege das laufende Programm eingeschaltet wird. Allerdings ist dieses Mobile TV nicht flächendeckend verfügbar und leidet unter mäßigem Empfang in geschlossenen Räumen (und natürlich auch in der U-Bahn). Zudem gibt es in der Broadcast-Variante einmal mehr unterschiedliche Standards: Während MFD mit DMB (Digital Multimedia Broadcasting) auf ein Derivat des digitalen Audio-Standards DAB setzt, werden derzeit bundesweit neue Frequenzen für DVB-H (Digital Video Broadcasting-Handheld) ausgeschrieben, ein mit DVB-T verwandter Standard, auf den die Telcos und Gerätehersteller wie Nokia setzen. Der Startschuss für DVB-H soll noch 2007 fallen. Und dann soll es ab 2009 auch noch DVB-SH (Satellite for Handhelds) geben. Man darf hoffen, dass künftig alle relevanten Standards inklusive UMTS⁵ in die Endgeräte integriert werden.

Inhalte im Mobile TV

Auf den Plattformen von Vodafone, T-Mobile und O₂ besteht der dort angebotene Bewegtbild-Inhalt überwiegend aus Material, das für das herkömmliche TV produziert wurde und im Rahmen spezieller „packages“ eine weitere Verwendung gefunden hat. Neben den oben genannten Livestreams handelt es sich dabei insbesondere um Einzelteile und Sketche aus Shows und Sitcoms, die als kurze Videos weitervermarktet werden – vielfach bekanntes Material, das einem neuen Medium nicht unbedingt Innovationscharakter verleiht. Bei einer kursorischen Durchsicht der meisten „Sender“ gibt es auch unter Jugendschutzgesichtspunkten keine nennenswerten Auffälligkeiten – tagsüber.

Abends wandelt sich das Bild: Nun sind – z. B. bei Vodafone – ca. 20 „TopErotik“-„Kanäle“ verfügbar, und ein Hinweis gibt darüber Auskunft, dass diese Angebote tagsüber mit einer PIN gesperrt sind und „ohne Zugangs-PIN (lediglich) von 23–6 Uhr verfügbar“ seien. Werbende Hinweise wie „Private Babes machen alles für Dich“ oder „Hot or not? Ist Bratapfel85 (22) das

heißeste Girl? Gleich hier bewerten“ sind in Form und eindeutiger Diktion den aus Videotext und digitalen Spartenkanälen bestehenden Erotikangeboten auf echten TV-Sendern durchaus vergleichbar – hier allerdings gekoppelt mit direkter Interaktivität ohne Medienbruch. Zudem erinnert die Menüführung gelegentlich an vergleichbare Angebote im Internet: Gibt man auf entsprechende Nachfrage an, nein, man sei noch keine 16 Jahre alt, insistiert die nächste Seite wieder: „Private Girls zeigen alles.“

Die Broadcast-Variante von Mobile TV verfügt aktuell (März 2007) über sechs Kanäle, wobei einer dieser Sender im Grunde bebildertes Radio ist. Die verbleibenden fünf TV-Kanäle bestehen derzeit aus ARD, ZDF, N24, MTV mobile und ProSiebenSat.1 (P7S1) mobile. Während ARD, ZDF und N24 das reguläre Programm 1:1 auf das Handy übertragen, ist MTV music identisch mit dem ausgestrahlten Programm der UMTS-Plattformen, nicht aber mit dem Free-to-Air-Programm. P7S1 mobile wird aus den Beständen der Sendergruppe eigens für Mobile TV konfiguriert. Da sich auch hier noch nicht das Angebot findet, das einem neuen Medium echten Anschlag verleiht, wird weiter ausgebaut: Für Ende 2007 werden bis zu acht Kanäle erwartet, mittelfristig ist ein Ausbau auf 30 bis 40 Kanäle geplant. Auch die künftigen DVB-H-Plattform-Betreiber erwarten 30 bis 40 Kanäle, die jedoch kaum vor Mitte 2008 realisiert sein dürften. Konkrete Pläne für künftige Inhalte sind noch nicht bekannt.

Zieht man vorliegende Studien aus Deutschland zu der künftigen Entwicklung von Mobile TV zu Rate, lernt man einiges über voraussichtliche Akzeptanz, gewünschte Inhalte und voraussichtlichen Umsatz. Nur: Es wurde offenbar schlicht vergessen, zwischen UMTS und Broadcast zu unterscheiden; die Abfragen in diesen Studien beziehen sich auf UMTS, subsumieren in ihren Zukunftsszenarien aber Broadcast – und wenden sich fast immer an Befragte, die beides nicht kennen. Da aber alles irgendwie Mobile TV heißt, gelten die Ergebnisse weithin als relevant, sind letztlich jedoch für die meisten Zwecke unbrauchbar und werden hier nicht näher berücksichtigt.

Allerdings gibt es auf internationaler Ebene einige Tests und Trials zu Broadcast-Mobile-TV, hier lernt man Überraschendes⁶:

— Beim überwiegenden Teil der Nutzer kommt Broadcast-Mobile-TV sehr gut an.

5
UMTS wird auch unter Broadcast-Bedingungen für den gezielten Download von Content benötigt.

6
Vgl. dazu insbesondere **bmco-forum 2006**

7

Dieses Ergebnis wird durch Erkenntnisse aus Frankreich gestützt: Der Telefonanbieter Orange bietet dort per UMTS über 50 Sender an, die Hauptnutzung fällt auf gestreamte reale TV-Programme (Gerhard Günther auf dem Mobile Forum 2007 am 08.03.2007 in München).

8

In Japan war bereits im Jahr 2006 die mobile Internetnutzung höher als mit stationären Geräten.

9

www.handysektor.de

10

Vgl. z. B. www.the7thbrother.com, www.anamachy.com

11

ITU 2006

12

Kahlweit, C.:
Bilder mit Schlagkraft. In: Süddeutsche Zeitung vom 31.01.2007, S. 3

- Entgegen der verbreiteten Meinung, dass Mobile TV nur in kurzen Häppchen konsumiert würde und dafür spezieller Inhalt notwendig sei, gehören die gängigen TV-Sender und deren Sendungen zu den bevorzugten Inhalten: Man kennt die Sendungen und ihre Anfangszeiten, man will auch dann bestimmte bekannte Sendungen nicht verpassen, wenn man unterwegs ist.⁷
- Wenn man das mobile Programm nur einschalten muss und es nutzen kann, solange man Zeit und Lust hat, steigt die durchschnittliche Nutzungszeit auf bis zu 30 Minuten. Bevorzugte Nutzungssituationen sind der Weg zur Arbeit und damit die Morgen- und Abendstunden – sowie das eigene Zuhause: Das mobile Gerät wird gerne als flexibles Zweitgerät eingesetzt.
- Bevorzugte Inhalte sind Nachrichten, Magazine, Serien und Dokumentationen – ebenfalls ein überraschender Befund angesichts der häufig formulierten Erwartung, dass nur Zusammenfassungen von aktuellen Informationen und kurze Formate funktionieren würden.
- Aber auch Made-for-Mobile-Content wird geschätzt – wenn er in der Mobile-Prime-Time vormittags und am frühen Abend maßgeschneidert wird. Da nach aller Erfahrung der TV-Forschung Programme nur dann wirklich funktionieren, wenn die Sendeplätze und Anfangszeiten bekannt sind, werden sich dafür allerdings erst Sehgewohnheiten entwickeln müssen.

Der Blick in die Zukunft

Im Ergebnis werden in naher Zukunft vor allem bekannte Programminhalte für mobilen Empfang verbreitet werden. Für die nächsten ein bis drei Jahre dürfte nur wenig Neues im echten Mobile TV zu erwarten sein – das Augenmerk wird man auf die UMTS-Variante richten müssen. Im Ergebnis wird sich die Art und Qualität mobiler Kommunikation inklusive TV jedoch drastisch ändern, wenn die geplanten interaktiven Services etabliert sind und wenn die Weiterentwicklung des Handys wie erwartet vorangetrieben wird: Mobiltelefone werden einzigartig vielfältige und zugleich sehr private, auf die individuellen Bedürfnisse ausgerichtete Kommunikationszentralen.

Auch wenn viele, in Japan oder Südkorea beliebte Funktionen und Services von deutschen

Nutzern nicht angenommen werden, zeigt doch ein Blick auf die dortigen Gegebenheiten und Ankündigungen, wohin zumindest tendenziell die Reise geht: Die Handys der Zukunft – und das ist auch für den Jugendschutz relevant – werden immer mehr andere Geräte ersetzen und deren wichtigste Funktionen ständig für den persönlichen Gebrauch verfügbar halten.

- Das Handy ersetzt zunehmend das Notebook: E-Mail, Navigation per GPS und Bluetooth sind bereits Standard Office-Pakete, Micro-SD-Kartenslots und Festplatten, Schnittstellen wie WLAN, USB und WIMAX sind ebenso wie Softwarepakete zur Videobearbeitung auf dem Sprung in die mobile Welt.
- Die Internetanbindung wird immer schneller. Die soeben auf der Cebit angekündigte Übertragungsrate von 7,2 Mbit/s ist 20-mal schneller als ISDN und deutlich flinker als die meisten aktuellen DSL-Verbindungen.
- Die schnelle Anbindung erlaubt integrierte, mobil angepasste Suchmaschinen und Überall-Nutzung von Services wie eBay etc.⁸ Yahoo 2.0 mobile wird bereits angeboten, Google entwickelt angeblich eigene Endgeräte.
- Die Anbindung an Plattformen wie YouTube etc. wird durch die zunehmende TV-Tauglichkeit und Aufnahmequalität drastisch verbessert.
- Mobile TV wird so selbstverständlich wie die eingebaute Kamera es heute schon ist. Sony überträgt bereits das Design von Flachbildschirmen auf das Handy, erwartet werden Videorekorderfunktionen inklusive Timeshift. OLED-Bildschirme im 16:9-Format werden in den nächsten Jahren weiterhin verfügbar sein.
- Erweiterung der Foto- und Videokamerafunktionen, ab 2010 mit 5 MP und mehr, natürlich mit Zoom und Autofokus.
- Radio und MP3-Player sind bereits standardmäßig integriert.
- Mobile Payment, darunter Mobile Banking, elektronischer Ticketkauf und Bezahlung von Bus-, Bahn- und Parkgebühren via Handy werden auch in Deutschland bereits erprobt. Zunehmend integrierte RFID (Radio Frequency Identification)-Tags werden die sichere Abwicklung von Bezahlvorgängen an der Kasse erlauben – das Handy ersetzt die Scheckkarte.

- GPS und Navigationssysteme werden selbstverständliche Teile der Ausstattung.
- Zusätzlich wird es sicherlich unerwartete Entwicklungen geben: Wer hätte gedacht, dass angeblich bereits zwei Drittel der amerikanischen Teenager die Armbanduhr durch die Uhr im Handy ersetzen?⁹

Richtig mächtig wird die Kombination all dieser Merkmale, weitere Entwicklungen wie Fingerprintererkennung, Bewegungssensoren und unterschiedliche Lifestyleaccessoires wie z. B. exklusiv gestaltete Oberflächen¹⁰ werden ihren Teil dazu beisteuern.

Die unterschiedlichen Kombinationen aus den neuen Möglichkeiten eröffnen eine Vielzahl von Anwendungsgebieten und Services. Besondere Bedeutung dürften die Location Based Services (LBS) erfahren: Die Möglichkeit, den Handynutzer über Funkzelle und/oder Navigationstool gezielt zu orten – eine interessante Möglichkeit für Eltern, um ihren Nachwuchs aufzuspüren¹¹, aber auch eine anregende Möglichkeit für die Werbung treibende Wirtschaft. Darüber hinaus sind damit aber auch Services möglich, die dem Nutzer neue Angebote bei gleichzeitig bequemem Handling versprechen: Sucht man in einer fremden Stadt ein Restaurant, kennt das Navigationstool nicht nur den Standort, sondern auch die nächsten verfügbaren Lokale der gewünschten Nationalität. Auf Wunsch sind (bei Integration von Broadcast und UMTS) nicht nur Telefonnummern und Adressen, sondern auch Innenansicht und Menükarte herunterladbar. Die Adresse lässt sich an Freunde versenden, die gegebenenfalls in der Nähe sind – die Buddy-Funktion macht es möglich. Und mit dem Interactive Button wird sofort der passende Tisch reserviert.

Wenn man ein ähnliches Szenario statt im Restaurant an anderen Orten spielen lässt, z. B. um sich zum Happy Slapping¹² zu verabreden und die hochwertig produzierten Filme mit detaillierten Aufnahmen von Prügelszenen schnellstens auf die kurzfristig verabredete Webseite hochzuladen, zeigt sich schnell die Kehrseite und der potentielle Handlungsbedarf in einer solchen Handywelt.

Fazit

Mobile TV wird in den nächsten beiden Jahren ein programmlich und preislich attraktives Modell entwickeln, um schnell eine Mindestreich-

weite zu erzielen. Die Integration von Broadcast und UMTS wird neben dem laufenden TV-Programm in den folgenden Jahren Services ermöglichen, die gemäß der englischen Formel für erfolgreiches TV-Programm („Games, Gambling, Girls“) vermehrt Erotikangebote bringen werden – gerade die UMTS-basierte Verbreitungsschiene wird verstärkt zu beobachten sein. Viele künftige Angebote werden direkt adressiert werden können, sind dann über den Interactive Button sofort verfügbar und finden gleichzeitig in einem sehr privaten, intimen Raum statt – das Handy wird in Zukunft noch mehr als heute ein sehr privates, persönliches Tool werden. Dazu kommt der leicht und schnell verfügbare Internetzugang, der bereits heute den Jugendschutz vor größere Probleme stellt als das überwiegende Gros der TV-Angebote. Die Anfang Februar 2007 zwischen EU-Kommission und führenden Telcos vereinbarten Zugangskontrollen zu pornographischen Internetinhalten sind eine notwendige Maßnahme zum Schutz der Jugend – aufgrund der rasant steigenden technischen Möglichkeiten der Mobiltelefone aber sicher nur ein erster Schritt. Vor allem Eltern, Lehrer und Erzieher müssen darin unterstützt werden, die technischen Entwicklungen der Zukunft zu verstehen und den Umgang damit zu üben.

Literatur:

bmco-forum 2006:
Results of Mobile TV Pilots – A Survey. November 2006
[www.bmcoforum.org/index.php?id=60]

Graf, G.:
Mobisodes & Co: Ein Praxistest. In: *tendenz*, 1/2006, S. 24–29

International Telecommunication Union (ITU):
The Regulatory Environment for Future Mobile Multimedia Services. Mainz 2006, S. 18

Kahlweit, C.:
Bilder mit Schlagkraft. In: *Süddeutsche Zeitung* vom 31.01.2007, S. 3

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest:
JIM-Studie 2006. Stuttgart 2006

TNS Infratest:
GTI Global Tech Insight 2006 [www.tns-global.com/gti]

Gerhard Graf, ehemaliges Mitglied des Kuratoriums der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF), ist Inhaber von GGmedia (München). Er arbeitet als Forscher und Berater für Medienunternehmen.

