

Februar 2007

[Workshop: MultiMedia Mobil der Deutschen TV-Plattform](#)

## Gesucht: Der Königsweg zu Handy-TV

Etwa 80 Teilnehmer trafen sich Anfang Februar in Köln

*Die Einführung von Mobilfernsehen durch Rundfunk und Telekommunikation ist eine Aufgabe, die keiner - wer auch immer - allein lösen könnte. Daher ist die Deutsche TV-Plattform das richtige Forum, um Technologieprojekte interdisziplinär zu koordinieren und zu begleiten. Und weil Kompetenz und Information pur angesagt sind, wenn die TV-Plattform einlädt, konnte Gerhard Schaas, Vorsitzender der TV-Plattform, alle maßgebenden Personen und Institutionen zum zweiten Workshop „MultiMedia Mobil“ begrüßen.*

Nachdem im Sommer 2006 erste „Handy-TV“-Dienste in Deutschland in Betrieb gegangen waren (oder anlässlich der Fußball-WM einen Testlauf absolvierten), sollte diskutiert werden, wie es mit Mobile Broadcast in Deutschland weiter geht.

### Unterschiedliche Welten

Die Ausgangslage kann für die infrage kommenden Mitspieler unterschiedlicher nicht sein. Beispiele in Stichworten:

- Rundfunk unterliegt regulatorischen Vorschriften, die für das Telefon so nicht gelten.
- In der Rundfunkwelt wird von *Teilnehmern* gesprochen, in der Telekommunikations(TK)-Welt von *Kunden*. Und davon, wem diese Kunden „gehören“.
- Mobilfunk im TV-Markt verursachen Nachdenklichkeit bei den Rundfunkleuten. Umgekehrt wird argwöhnisch betrachtet, wenn Rundfunkanbieter Fernsehen auf's Handy bringen wollen.

Insgesamt ein äußerst komplexes Thema, das auf dem Workshop in vier Diskussionsrunden ("Panels") abgearbeitet wurde. Dr. Helmut Stein, Leiter der AG MultiMedia Mobil (M3) bei der TV-Plattform, nannte den signifikanten Unterschied zwischen der Einführung von landläufigen Technik-Verbesserungen und Mobil-TV: Markt und Marktumfeld müssen erst geschaffen werden. Nur kann die staatliche Regulierung das Tempo der Technik, die ständig neue Ideen hervorbringt, kaum noch mithalten. Die Suche nach dem Königsweg sei die eigentliche Herausforderung für die Arbeit bei der TV-Plattform.

... / 2

Der Chairman des Panels „Technik und Geräte“, Dr. Ralf Schäfer (Fraunhofer HHI), wies auf eine neue Spielart des Nord/Süd-Gefälles hin: In den nördlichen Bundesländern scheint es eine Präferenz für DVB-H zu geben, in den südlichen dagegen eine Präferenz für T-DMB. Letzteres hält Schäfer jedoch „technisch für eine Sackgasse, da das System weder effizient noch IP-basiert ist ...“

Global gesehen wurde DVB-H auf dem Workshop als das weltweit künftig verbreitetste System dargestellt. Für DBM werden jedoch bereits Regelbetriebe und Empfangsgeräte aus Großserienfertigung angeboten. In Korea z.B. gibt es heute bereits über zwei Millionen DMB-Empfänger, hauptsächlich als Handys oder mobile Navigationsgeräte. Bis 2010 wird dort mit einem Bestand von 10 Millionen Geräten gerechnet.

### **Wer bezahlt für den Transport?**

Im Panel „Regulierungsfragen“ (Chairman Dr. Klaus-Peter Potthast, Bayerische Staatskanzlei) wurden dank der brillanten Präsentation eines Teams von Experten die Probleme auch juristischen Laien verständlich.

Das Regulierungsverfahren für DMB/DVB-H ist – stark vereinfacht – eine Prozedur, die über Bedarfsanmeldungen, TK- und – parallel dazu – Medienrechtliche Verfahren bis zur Realisierungsphase reicht. Eine Schlüsselfrage für alle neuen – auch mobilen – Übertragungswege lautet beispielsweise: Wer bezahlt für den Transport der Programme? Ob der Transport öffentlich-rechtlicher Programme zu Mobiltelefonen aus Rundfunkgebühren und damit von der Solidargemeinschaft bezahlt wird oder vom Nutzer, entscheidet der Gesetzgeber, nicht die Rundfunkanstalten.

Die in der ausführlichen Podiumsdiskussion vertretenen Thesen sind in einem Papier zusammengefasst, das im Internetportal der Deutschen TV-Plattform ([www.tv-plattform.de](http://www.tv-plattform.de)) nachzulesen ist.

Im Panel „Marktmodelle für Deutschland“ (Chairman Dr. Georg Lütteke, Philips) wurde erörtert, dass prinzipiell mehrere Modelle denkbar sind: Sie können von einem Programmanbieter (Pay-TV Broadcaster), vom Betreiber eines Mobilfunknetzes (Mobile Network Operator, MNO) oder eines Rundfunknetzes oder einem neutralen „Plattform-Betreiber“ initiiert und betrieben werden. Entscheidend ist die Frage: Wer hat Zugang zu den Nutzern? „Märkte für mobiles Fernsehen“, der neueste Bericht der Arbeitsgruppe MultiMedia Mobil, steht zum Download unter [www.tv-plattform.de](http://www.tv-plattform.de)

Das Panel „Ausblick 2010+“ unter der Leitung von Dr. Helmut Stein (ISDM) richtete den Blick auf das Jahr 2010 und danach. Einigkeit bestand darin, dass die Zukunftschancen des neuen Mobil-TV von Qualität und Attraktivität der Inhalte abhängen. Weniger Einigkeit gab es zur Art der Inhalte. Man sieht da zwei Trends: Hin zu massenattraktiven Programmen, 1:1 aus der Fernsehwelt entlehnt. Oder individualisierte Angebote bis hin zum „User Generated Content“ (nach Vorbildern von YouTube oder MySpace im Web2)

Schließlich die gute Nachricht von der Landesmedienanstalt in Bayern: Für die digitale Verbreitung von Rundfunkdiensten sind genügend Ressourcen/Frequenzen/Kanäle auf annähernd allen Übertragungswegen vorhanden. DVB-T, DVB-H, DAB und DMB haben in Deutschland auf der Basis des Frequenznutzungskonzeptes der ARD/ZDF und der Landesmedienanstalten genügend Entwicklungsmöglichkeit, sich im Markt zu positionieren.