

Bewegende Inhalte für unterwegs

Mobile Fernsehgeräte sind schon seit langem im Handel erhältlich. Der neue Standard DVB-H sendet die Bilder künftig frei von Störungen. Empfangen werden sie auf dem Handy. Die verbesserte Technologie allein wird für das mobile Fernsehen nur wenig zusätzliche Nachfrage schaffen.

Die Bilder sind gestochen scharf. Trotz beschränkter Grösse zeigt die Handy-Anzeige erstaunlich viele Details. Werden wir künftig auf Wanderungen Fussballspiele auf dem Handy verfolgen oder unterwegs von Bahnhof zu Bahnhof James Bond auf seinen Abenteuer begleiten?

Bruno Bucher, CEO bei Mobile TV Schweiz, sieht das entschieden anders: «Mobile TV kann sich im Markt nur durchsetzen, wenn die angebotenen Formate einen Zusatznutzen bringen.» Was bedeutet dies für die Inhalte von «made for mobile»? Das wisse heute noch niemand mit Gewissheit, erläutert der Bieler Unternehmer.

Die bekannten TV-Inhalte eignen sich nur bedingt für Handys. Diese Sendungen werden für immer grössere Bildschirme produziert. Mit Bestimmtheit werden die einzelnen Formate kürzer. Das Schweizer Fernsehen produziert bereits heute die Tagesschau in «100 Sekunden», allerdings verwendet sie dafür die normalen Fernsehbilder, die nicht auf die Mini-displays von Mobile Phones zugeschnitten sind.

Um Inhalte zu definieren, die dem Medium gerecht werden, müssen Spezialisten aus Medien, Marketing und Technik zusammenspannen. Diese Fachleute und ihre verschiedenen Denkmuster unter einen Hut zu bringen, ist nicht einfach. Noch schwieriger wird es, wenn grosse Abteilungen in gemeinsamen Prozessen neue Ansätze finden sollen.



«Innovation entsteht in kleinen Strukturen», ist Bucher überzeugt. Die drei treibenden Kräfte bei Mobile TV Schweiz waren alle bei der Swisscom tätig. In ihrem Start-Up-Unternehmen sehen sie – unter anderem dank kurzer Entscheidungswege – bessere Möglichkeiten, ihre Ideen zu verwirklichen. Mit mehreren Anbietern steigt zudem die Wahrscheinlichkeit, dass sich Mobile TV im Markt durchsetzen kann. Eine Meinung, der sich Christian Neuhäusler, Mediensprecher der Swisscom, anschliesst.

«Made for mobile» mit erweiterter Radiostruktur

News, Musik und Informationen, die Programmstruktur für Mobile TV erinnert mit der schnellen Abfolge kurzer Formate eher an Radio als an Fernsehen. Zu den bewegten Bildern wird als grosses Plus die Interaktivität kommen. Sie eröffnet viel Spielraum für kreative Sende- und Werbemöglichkeiten – ein wertvolles Potenzial.

Gefällt dem Zuschauer die Musik des gezeigten Video-Clips (MPEG4), kann er das MP3-File sofort per Knopfdruck bestellen. Wird für eine Städtereise nach London geworben, bucht man das Wochenende mit Flug, Hotel und Musical-Ticket schon während der Ausstrahlung. Die Datei mit dem Sonderangebot

findet der Interessent auch später noch auf dem Internet-Portal, auf das er ebenfalls über Handy zugreift.

Daneben sieht Bruno Bucher in Mobile TV das geeignete Medium, Informations-Dienste wei-

terzuentwickeln. So könnten bei Grossveranstaltungen Verkehrsströme in und um Stadien geleitet werden. Der beispiellose Erfolg von «Youtube» zeigt zudem einen weiteren Trend auf: Der Zuschauer trägt als Content-Lieferant zum Programm bei. Als modern ausgerüsteter Korrespondent operiert er mit Kamera und Notebook gleich vor Ort.

■ www.mobiletvswisschweiz.ch

■ www.swisscom-mobile.ch/scm/prv_videos_und_live_tv-de.aspx

texter.ch, Stefan Scherrer Photos: typomaniac.ch, Swisscom, Mobile TV, shutterstock.com

Die ComCom hat inzwischen entschieden, MobileTVSchweiz keine Konzession zu erteilen. Das inhaltliche Konzept wurde von der ComCom positiv kommentiert.

Berner Zeitung vom 13. 10.2007:

«Auf die Euro 08 hin ist Handy-TV bereit»



Am Anfang wird sich das Handy-TV-Angebot nicht wesentlich vom klassischen Fernsehangebot unterscheiden. Umfragen zeigen, dass die Konsumenten die ihnen bekannten Inhalte erwarten. Die Umgewöhnung von Wohnzimmer-TV auf Handy-TV darf nicht un-

terschätzt werden. Ich gehe aber davon aus, dass sich Handy-TV weiterentwickeln wird. Die Fernsehindustrie wird aufs Handy ausgerichtete Inhalte produzieren. Wie das in etwa aussehen könnte, zeigt das Beispiel unserer 100-Sekunden-Tagesschau, die wir schon heute über UMTS aufs Handy bringen.

Giovanni Conti (Swisscom)