

Studie: Mobile Broadcasting – Zukunftsmarkt mit Potenzial?



# Mobile Broadcasting – Zukunftsmusik?

Immer mehr Anbieter erwarten sich vom Mobile Broadcasting, also der Übertragung von Informationen und Unterhaltung via Handy, neue Marktpotenziale. Im Zeitalter von UMTS-Ankündigungen gehen die Meinungen darüber, ob hier tatsächlich ein vielversprechender Markt entstehen wird, allerdings auseinander.

In einer ausführlichen Studie beleuchtet GoldMedia Consulting & Research diese Thematik und reißt im folgenden Abstract in [www.film-tv-video.de](http://www.film-tv-video.de) die wichtigsten Inhalte der Studie an: Wie wird sich der Markt bis zum Jahr 2006 weiterentwickeln, welche Dienste ergeben Sinn und werden sich durchsetzen?

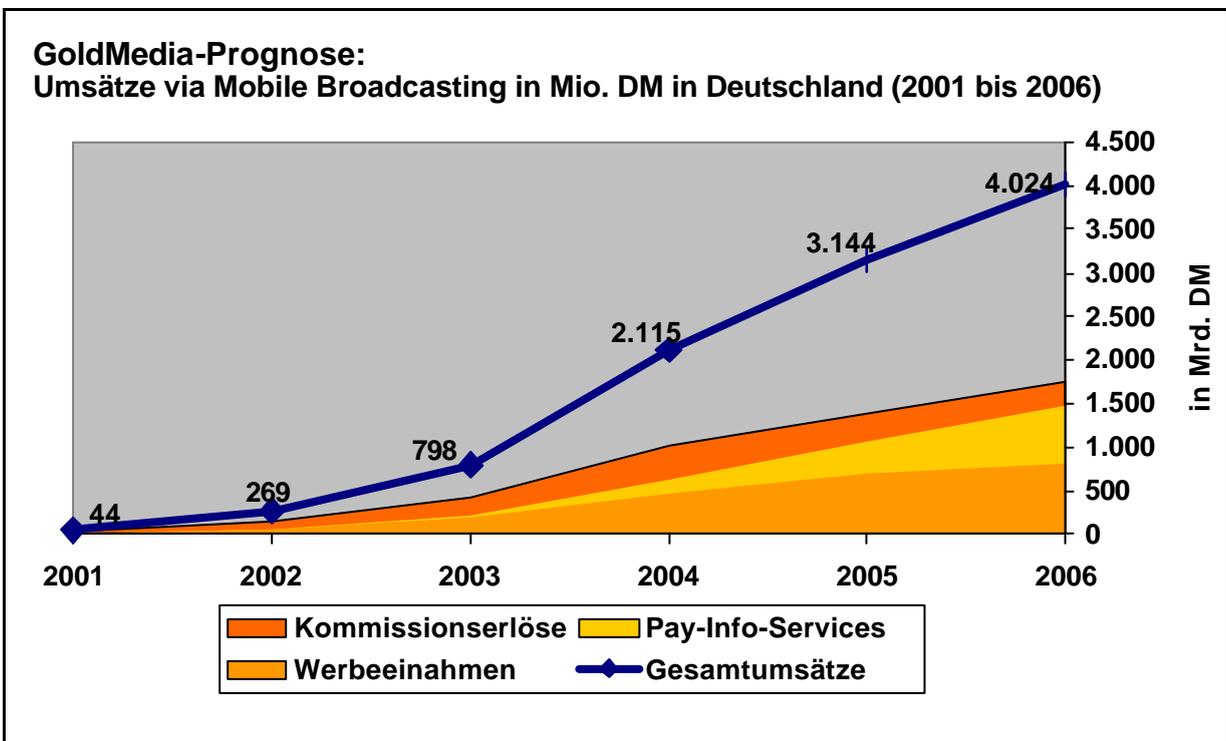
## Mobile Broadcasting:

### Entwicklung des Marktes für mobile Push-Dienste in Deutschland bis 2006 (Abstract)

#### Hochrechnung von GoldMedia für den deutschen Mobile-Broadcasting-Markt bis 2006

Berlin, Februar 2001: Unter Mobile Broadcasting werden Push-Datendienste auf Mobilfunktelefonen verstanden, die eine zielgerichtete Übertragung von Inhalten und Angeboten (Information, Unterhaltung, M-Commerce, Werbung) entweder an einzelne Handy-Nutzer oder gleichzeitig an sämtliche Handy-Nutzer in vordefinierten Gebieten (Funkzellen) ermöglichen. Im ersten Fall werden die bislang vornehmlich zur Individualkommunikation eingesetzten SMS-Dienste (Short Messaging Service) zur Übertragung von Mobile-Broadcast-Diensten eingesetzt. Für diese Dienste hat sich der Nutzer vorher angemeldet. Im zweiten Fall handelt es sich um Cell-Broadcast-Dienste, bei denen der Handynutzer, ähnlich wie beim Radio, aus einer Reihe von Kanälen auswählen kann, um unterschiedliche Mobile-Broadcast-Dienste zu nutzen. Bislang stehen Cell-Broadcast-Dienste nur innerhalb des D2-Netzes zur Verfügung. Es wird jedoch davon ausgegangen, dass weitere Netzbetreiber Cell Broadcasting als Value-Added-Service in ihr Angebotsspektrum übernehmen werden.

GoldMedia prognostiziert, dass 2006 von 66 Millionen Handybesitzern in Deutschland rund 32 Millionen Nutzer Mobile-Broadcasting-Dienste (vor allem via Cell Broadcasting) abrufen werden. Insgesamt wird dann der Umsatz mit Mobile-Broadcast-Diensten bei rund vier Milliarden DM liegen. Vor allem im Bereich Kommissionserlöse für M-Commerce, aber auch durch kostenpflichtige Info-Services und Werbung, wird der Mobile-Broadcasting-Markt eine wirtschaftliche Bedeutung erhalten.



Quelle: Eigene Hochrechnung GoldMedia 02/2001, ([www.GoldMedia.de](http://www.GoldMedia.de))

Im Folgenden geben wir einen kurzen Überblick über Mobile-Broadcast-Dienste. Die kostenpflichtige Studie „Mobile Broadcasting“ bietet einen umfassenden Einblick in die zukünftige Entwicklung der einzelnen Umsatz-Bereiche und erläutert wesentliche Aspekte wie Rahmenbedingungen, Erlösmodelle sowie derzeitige und zukünftige MobileBroadcast-Technologien. Anfragen bitte an:  
GoldMedia, Tel. +49-30-246 266-0

## Mobile Broadcast Plattformen:

### Personenbezogene SMS-Push-Dienste

Eine wachsende Zahl von Providern bieten bereits Informations-, Unterhaltungs- und zukünftig auch M-Commerce-Angebote über SMS an. Um diese Dienste empfangen zu können, muss sich der Mobilfunknutzer vorher beim Provider registrieren lassen. Diese SMS-Push-Dienste sind teilweise personalisierbar und finanzieren sich entweder durch Abonnements oder über Werbung (Sponsoring). Bei kostenlosen Informationen, die für den Nutzer von Relevanz sind, stoßen Werbebotschaften auf überdurchschnittlich hohe Akzeptanz.

### Cell Broadcasting

Informationen und Dienste können mit Cell-Broadcast-Technologien über ganze Städte oder Regionen verbreitet werden; aber auch Veranstaltungsorte, Stadtteile, Flughäfen, Messen, Einkaufszentren usw. sind mögliche Zielgebiete. Der jeweilige Empfänger aktiviert bei Bedarf einfach den entsprechenden Cell-Broadcast-Kanal in seinem Handy und erhält die gewünschten Informationen. Lokale Anbieter (Einzelhandel, Kultureinrichtungen etc.) werden mit regional-spezifischen Angeboten und Informationen eine Erhöhung ihrer Kundenanzahl erreichen; Mobilfunkanbieter können zugleich mit eigenen attraktiven Angeboten ihre Kundenbindung festigen.

Die derzeit zur Verfügung stehenden Cell-Broadcast-Angebote finanzieren sich über Werbung und Kommissionserlöse und sind daher für den Nutzer kostenlos. Zukünftig werden auch kostenpflichtige Cell-Broadcast-Dienste auf den Markt kommen.

Beide Mobile-Broadcast-Dienste sind effektive, zielgruppengenaue Marketing-Tools, da sich der Nutzer in beiden Fällen bewusst für den Empfang bestimmter Informationen entscheidet und die Werbebotschaften auf die Nutzerinteressen abgestimmt sind. Darüber hinaus eignen sich beide Mobile-Broadcast-Dienste als M-Commerce-Plattform. Neue Mobilfunkgenerationen (GPRS und UMTS) werden neben dem Direct-Response via SMS auch einen echten Click-Through zur WAP- oder Internet-Seite des Werbungtreibenden ermöglichen. Der Mobile-Broadcast-Anbieter erhält Kommissionserlöse für die Transaktionen, die über seine Plattform realisiert werden.

## Kernbereiche von Mobile Broadcasting:



Quelle: GoldMedia 02/2001, ([www.GoldMedia.de](http://www.GoldMedia.de))

### **Vorteile von Mobile Broadcasting:**

<b>Mobile Broadcasting...</b>	<b>Effekt</b>
<b>...ermöglicht zielgruppengenaue Verbreitung von Informationen und Diensten</b>	Streuverluste werden minimiert. Marketing-Inhalte können effizient für die Interessen einzelner Empfängergruppen optimiert werden.
<b>...basiert auf SMS-Technologie.</b>	Die SMS-Technologie ist ausgereift und zeichnet sich durch eine einfache Handhabung aus, die der Nutzer schon kennt. SMS wird als Marketing-Tool bereits erfolgreich eingesetzt.
<b>...hat jetzt schon ein hohes Marktpotential</b>	Das Marktpotential von Mobile Broadcasting wächst nahezu linear mit der Verbreitung von Mobilfunktelefonen. 2006 wird es 66 Mio. Mobilfunkteilnehmer in Deutschland geben; davon wird rund die Hälfte Mobile-Broadcast-Dienste nutzen.
<b>...ist kostengünstig und sendet in Echtzeit.</b>	Content-Anbieter können Inhalte relativ günstig, schnell und unkompliziert versenden.
<b>...ist UMTS kompatibel.</b>	Die dritte Mobilfunk-Generation hat Cell Broadcasting als Dienst definiert. Übertragung von Audio und Video ist technisch möglich.
<b>...kann je nach Bedarf vom Nutzer aktiviert werden.</b>	Der Empfänger hat die volle Kontrolle, ob, wann und wie lange er Mobile Broadcast nutzen möchte. Spamming bzw. unerwünschte Werbung kann er somit selbst unterbinden.

Quelle: GoldMedia 02/2001, (www.GoldMedia.de)

### **Beispiele für Mobile-Broadcasting-Anbieter in Deutschland:**

<b>Plattform</b>	<b>Content-Provider</b>	<b>Netzprovider</b>
<b>Cell Broadcast</b>	12 Snap Handelsblatt Pro 7	D2-Vodafone
<b>Push-SMS</b>	Jamba.de lobox.de MyAlert.de Alertbird.de Financial Times Deutschland	T-Mobil D2 Vodafone E-Plus Viag Interkom

Quelle: GoldMedia 02/2001, (www.GoldMedia.de)

### **Mobile Broadcasting vs. WAP: Mehr als eine Alternative**

Derzeit sind WAP-Dienste aufgrund langsamer Verbindungszeiten, umständlicher Bedienung (Navigation, Texteingabe), sehr kleinem Display und hohen Verbindungskosten unattraktiv für den Mobilfunknutzer. Mehr als 2/3 der WAP-Handy-Besitzer nutzen die WAP-Dienste deshalb nicht.

Ob sich der mobile Internet-Zugang durch GPRS oder UMTS durchsetzen wird ist ungewiss, denn selbst bei UMTS wird die Datenübertragungsrate aller Voraussicht nach, statt den angekündigten zwei Megabit/s, auf maximal 64 Kilobit/s pro Funkzelle abgesenkt.

Mobile Broadcasting ist dagegen nicht auf die Einführung und Verbreitung neuer Mobilfunktechnologien abhängig. Die Möglichkeiten der kostengünstigen, regionalen oder deutschlandweiten Distribution von Inhalten über Mobile Broadcasting stehen Nutzern wie Dienste-Anbietern sofort zur Verfügung. Die Mobile-Broadcast-Dienste bestechen durch Einfachheit und profitieren von der gewohnten SMS-Benutzerführung, die mit mehr als zwei Milliarden versendeten SMS-Nachrichten monatlich in Deutschland auf sehr große Akzeptanz stößt. Im Gegensatz zu WAP erwartet der Nutzer bei Mobile Broadcasting nicht die vom Internet gewohnte Übertragungskapazität und Bedienungsfreundlichkeit.

### **Verbreitung:**

Obwohl derzeit alle GSM-Netze technisch in der Lage sind, Cell-Broadcast-Dienste zu verbreiten, die von allen Mobilfunkgeräten empfangen werden können, wird Cell Broadcasting derzeit nur von D2 Vodafone angeboten. Die Telekom hat angekündigt, Cell Broadcasting als Value Added Service zu übernehmen. Viag Interkom und E-Plus haben bislang noch keine definitiven Aussagen über die Einführung von Cell-Broadcast-Diensten gemacht.

### **Zur Studie:**

Die kostenpflichtige Studie „Mobile Broadcasting in Deutschland“ erscheint als Hardcopy und kann unter „www.GoldMedia.de“ bestellt werden. Der Preis beträgt 1200,- Euro.

### **Inhalte der Mobile-Broadcasting-Studie:**

#### **Einführung**

- Definition
- Erfolgsfaktoren von Mobile Broadcasting

#### **Nutzung von Mobile Broadcasting**

- Demographie der Mobilfunk-Nutzer
- Nutzungsverhalten
- Akzeptanz von Mobile-Broadcast-Diensten
- Prognose der Nutzungsentwicklung

#### **Anbieter von Mobile Broadcasting**

- Netzbetreiber
- Solution-Provider
- Content-Anbieter/Commerce-treibende Unternehmen

#### **Inhalte und Dienste**

- Transaktionsbasierte Dienste
- Mobile Broadcasting als Marketing-Tool
- Öffentliche Informationsdienste
- incl. Prognose der Umsatzentwicklungen

#### **Case-Studies**

- Nationale und internationale MB-Anbieter

#### **Technologie: Status Quo und Entwicklung**

- Mobilfunk-Generationen 2 - 3
- Mobile-Broadcast-Dienste

#### **Problembereiche und Strategische Empfehlungen**

- Standardisierung
- Marktkommunikation
- Rechtliche Rahmenbedingungen

### **Methodik**

Die Prognose der Mobile Broadcasting-Entwicklung auf dem deutschen Mobilfunk-Markt bis zum Jahr 2006 wurde auf der folgenden Grundlage erstellt:

- Desktop-Research, Sekundärdaten-Analyse
- Expertengespräche mit Netzbetreibern, Content-Anbietern, Software-Herstellern und IT Spezialisten
- eigene Hochrechnungen

### **Kontakt:**

GoldMedia Consulting & Research;  
Andre Wiegand, Dr. Klaus Goldhammer  
Tel.: +49-30 – 246 2660  
Email: Andre.Wiegand@GoldMedia.de  
Web: www.GoldMedia.de