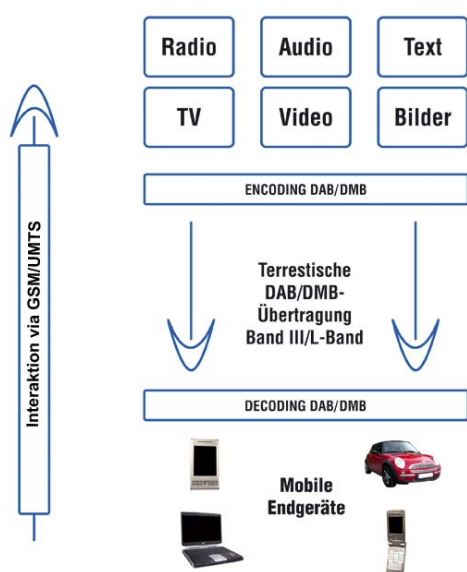


## Projektprofil „MI FRIENDS“

### Einleitung

Die steigende Mobilität der Informationsgesellschaft stellt weltweit neue Herausforderungen an eine angepasste Konzeption und Bereitstellung von Medien und Informationsdiensten für eine mobile Nutzung. Hierzu ist eine frühzeitige interdisziplinäre Zusammenarbeit von nationalen und internationalen Unternehmen aus den Bereichen Rundfunk und Telekommunikation sowie von Forschungsinstitutionen erforderlich.



Um diese Herausforderungen erfolgreich meistern zu können, wurde das europäische DMB-Verbundprojekt „MI FRIENDS“ unter der Führung der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien ins Leben gerufen. Das Ziel des bis Ende 2007 angelegten Projektes ist die Bildung eines europäischen Clusters zur Entwicklung von neuen mobilen Medienangeboten und deren Erprobung als ganzheitlicher Ansatz unter Beteiligung aller betroffenen Unternehmen der Wertschöpfungskette - angefangen von der Inhalteentwicklung über die Distribution bis hin zur Endgeräteentwicklung. Dabei steht der Mensch als Mediennutzer im lokal-regionalen Raum im Fokus des Interesses. Nur dieser Ansatz wird ein Höchstmaß an validen Aussagen über ein zukünftiges Zusammenspiel der betroffenen Unternehmen in diesem Zukunftsmarkt garantieren.

Das Gesamtprojekt basiert auf einer nahezu einmaligen Allianz aus 75 internationalen Projektpartnern und versteht sich als Public-Private-Partnership-Initiative mit einem deutlichen Schwerpunkt auf deutsche Unternehmen und Forschungseinrichtungen, die in vier europäischen Teilprojekten unterschiedliche Problemstellungen bearbeiten wird. Die beiden deutschen Teilprojekte „WM München 2006“ und „DMB-Regensburg“, werden um die grenzüberschreitenden Projekte „DMB-Bodensee“ (D, A, CH) und „DMB-Südtirol/Transalpe“ (A, I) ergänzt.

Die Testregionen wurden bewusst so gewählt, dass die Forschungsergebnisse auf nahezu alle Regionen Europas übertragbar sind. Das Ziel ist es, vor dem Hintergrund des sich abzeichnenden globalen Wettbewerbs rechtzeitig erfolgreiche Strategien für die Entwicklung und Bereitstellung mobiler medialer Dienste im lokal-regionalen Raum zu entwickeln. Der entstehende Gesamtmarkt für diese Dienste wird in den ersten Jahren nach dem Marktstart innerhalb Europas auf ungefähr 50 bis 65 Mrd. Euro geschätzt, wovon 12-17 Mrd. Euro auf Deutschland fallen.

Ein wesentlicher Fokus von MI FRIENDS liegt auf der Einbindung des innovativen Mittelstandes, wobei zwei Faktoren hier entscheidend sind: Einmal ist es von herausragender Wichtigkeit, den deutschen Mittelstand in den kommenden Wachstumsmarkt „mobile mediale Dienste“ zu integrieren, um ihm die Möglichkeit zu geben an den erwarteten Umsätzen zu partizipieren. Zum zweiten soll durch die Einbindung und Unterstützung von regionalen und lokalen mobilen Medienangeboten dafür Sorge getragen werden, dass auch in diesem neu entstehenden Markt eine möglichst große Vielfalt an Angeboten entsteht und der Zugang des Mittelstands gewährleistet bleibt.

## **1 Europäisches DMB-Verbundprojekt mit 4 Subprojekten**

*München:* Das Subprojekt „WM München 2006“ wurde während der Fußball-Weltmeisterschaft vom 7. Juni bis 31. August bereits erfolgreich durchgeführt. Schwerpunkt dieses Teilprojekts war neben der Erarbeitung von passenden Inhalten vor allem der nutzerbezogene Test eines mobilen Fernseh- und erweiterten Hörfunkangebots. An ausgewählte „Early Adopters“ wurden dazu 190 LG V9000 Handys vergeben. Weitere 200 Geräte wurden von den Projektpartnern dazu genutzt, insgesamt 6 TV und 2 Hörfunkprogramme zusätzlich zu den bereits vorhandenen DAB-Hörfunkprogrammen und dem Angebot von Mobiles Fernsehen Deutschland (MFD) zu empfangen.

*Regensburg:* Der Start des Projekts „DMB-Regensburg“ am 28.09.06 markiert die nächste Projektphase von MI FRIENDS. Hier ist vor allem aufgrund der demografischen und sozioökonomischen Situation von Regensburg mit rund 130.000 Einwohnern in der Stadt selbst und weiteren 170.000 im Umland vor allem für die begleitende Marktforschung von Bedeutung. Dazu soll in mehreren Phasen vor allem neue Inhalte und Services konzipiert und durch die Nutzerforschung getestet werden. Außerdem wird die technische Weiterentwicklung von mobilen Übertragungssystemen weiter vorangetrieben werden.

*Bodensee:* „DMB-Bodensee“ findet im Drei-Länder-Eck Schweiz, Österreich und Deutschland statt. In dieser touristisch und kulturell sehr hoch entwickelten Region werden typische mobile „Medien-Nutzungsszenarien“ im Bereich Freizeit untersucht. Gleichzeitig ist die Region auch ein Verkehrsknotenpunkt und bietet so Möglichkeiten für umfassende Tests im B2B-Bereich und bei Telematikdiensten.

*Südtirol:* Das Projekt „DMB Südtirol/Transalp“ deckt eine Region ab, in der die Autobahn von München über Österreich nach Südtirol verläuft. Damit bietet sich eine optimale Möglichkeit zum Test von Telematikdiensten, sowie der Untersuchung von DMB in topografisch schwierigen Regionen.

### **Inhalte und Dienste**

Hauptschwerpunkt des Projekts ist die Entwicklung von medialem mobilem Content, angepasst sowohl an die kompakte Bauform der Endgeräte als auch die Bedürfnisse der Nutzer. Hierzu wird eine flankierende Feldforschung neue Erkenntnisse nicht nur im Hinblick auf Nutzungsverhalten, potenzielle Zielgruppen und Zahlungsbereitschaft, sondern auch auf gewünschte Inhalte bis hin zur Integration von interaktiven Zusatzoptionen liefern. Das grundsätzliche Ziel ist die Erarbeitung von Services, die einen klar messbaren Mehrwert für den Nutzer bieten. Dies geschieht z.B. durch intelligente Speicherkonzepte, die die automatische Aufzeichnung von Programmteilen ermöglichen. Dadurch können die Nutzer jederzeit auf für sie relevante Inhalte zugreifen. Diese Ergebnisse sollen generisch auch auf mögliche alternative Übertragungstechnologien übertragbar sein.

### **Technologie:**

Das Pilotprojekt ist grundsätzlich technologieneutral angelegt. Ein Vergleich der digitalen Rundfunktechnologien zeigt aber die auf dem digitalen Radiostandard DAB basierende DMB-Technologie derzeit im Vorteil. Angesichts der derzeitigen Frequenzsituation sind vor allem die DAB-Frequenzen im Band III und L-Band kurzfristig verfügbar. Gleichzeitig bietet sich mit dem flächenmäßig sehr gut ausgebauten DAB-Netz die Möglichkeit, mobile Dienste nicht nur in Ballungsräumen anbieten zu können, was angesichts der in der Marktforschung ermittelten typischen Nutzungssituationen mobiler Dienste ein großer Vorteil ist. Des Weiteren ist angesichts des kommerziellen Starts von T-DMB in Korea im Dezember 2005 bereits eine Vielzahl von

ausgereiften Endgeräten kurzfristig verfügbar. Dies stellt eine wichtige Voraussetzung für begleitende Feldforschung dar. Während also die Technologie theoretisch verfügbar ist, sind noch viele Fragen bei der praktischen Umsetzung offen. Von Schnittstellen, Inhalteaggregation und Veredelung über Quality-of-Service-Tests bis hin zu möglichen interaktiven Zusatzoptionen sollen während des Projektes zahlreiche komplexe, weiterführende Fragen beantwortet werden. In einem späteren Projektstadium sollen auch alternative digitale Rundfunktechnologien wie DVB-H mit einbezogen und die Kombination mit Mobilfunktechnologien wie UMTS oder GPRS in einem Endgerät untersucht werden.

### **Ökonomische Aspekte:**

Ausgehend von einer tiefgehenden Analyse der bestehenden Geschäftsmodelle und Wertschöpfungsketten in den bisher getrennten Welten Rundfunk und Telekommunikation sollen neue Formen der Kooperation zwischen den Partnern erarbeitet und getestet werden. Das beinhaltet Untersuchungen von Erlösmodellen wie Pay-per-View oder Pay-per-Channel bis hin zur Entwicklung und Erprobung neuer Werbeformen. Durch die Verschmelzung von Mobilfunk und Rundfunk in einem Gerät bieten sich neue Möglichkeiten für interaktive Zusatzerlöse, die ebenfalls Teil der Untersuchung sein müssen. Weiterhin wird eine Analyse des Kosten-Nutzen-Verhältnisses für DMB auf Basis der existierenden DAB-Infrastruktur durchgeführt. Außerdem wird die Marktrelevanz mobiler medialer Dienste untersucht und darauf basierende Marktprognosen erstellt werden.

### **Fazit:**

Das Ziel des Projekts ist der Erfahrungsgewinn im Hinblick auf Technologien, Geschäftsmodelle und Nutzer-Bedürfnisse, um einen erfolgreichen Marktstart neuer mobiler Medienangebote in Deutschland und Europa zu unterstützen und voranzutreiben. Weiterhin wird durch die enge Zusammenarbeit der beteiligten Partner im Projekt die Entwicklung neuer Servicekonzepte befördert sowie durch die begleitende Nutzerforschung Erkenntnisse zur Konzeption von neuen kommerziellen Serviceanwendungen gewonnen. Für große Sportevents wie die Fußball-Europameisterschaft 2008 in Österreich/Schweiz und den Olympischen Spielen 2008 in China werden die gewonnenen Erfahrungen aus dem Teilprojekt „DMB-WM München 2006“ helfen, neue Services und Anwendungen für große Sportevents zu entwickeln.

Das Projekt MI FRIENDS ist somit konzipiert für:

- die marktnahe Generierung, Besetzung und Ausschöpfung von Wachstumsmärkten im Bereich Mobile Media
- die Sicherung der Zukunftschancen des Rundfunks, insbesondere des Mittelstands im Bereich Medientechnik und –wirtschaft
- die Entwicklung und Erprobung konvergenter Infrastrukturansätze als Basis für einen erfolgreichen Markteintritt in Deutschland und Europa
- die Erprobung und Erforschung einer neuen Medientechnologie unter starker Einbeziehung volks- und betriebswirtschaftlicher Fragestellungen wie auch der ausdrücklichen Berücksichtigung sozialer und kultureller Aspekte
- die Entwicklung von neuen Medienangeboten für die mobile Informationsgesellschaft mit dem Schwerpunkt der Mediennutzung im lokal-regionalen Raum