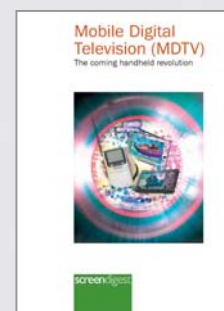


Mobile Digital Television

Mobile TV – die nächste Evolutionsstufe des Fernsehens? Internationale Analyse der Entwicklungen von Mobile TV

- Mobile TV bringt für Fernsehsender, Netzbetreiber und Zuschauer weitreichende Veränderungen. Der Kampf um die Marktanteile hat bei allen Marktteilnehmern, ob Contentanbieter, Rechteinhaber oder Mobilfunkbetreiber, längst begonnen.
- Die Studie *Mobile Digital Television (MDTV) – The Coming Handheld Revolution* prognostiziert für die Fernsehnutzung innerhalb der nächsten zehn Jahre weltweit ähnlich gravierende Veränderungen, wie sie die Telekommunikations-Branche mit der Einführung der Mobiltelefone erlebt hat.



Ergebnisse

- **Mobile TV schon heute in Südkorea – in Europa erst ab 2007**
Dass eine globale und umfassende Markteinführung zum gegenwärtigen Zeitpunkt noch nicht möglich ist, resultiert aus der Existenz diverser Hindernisse: So muss sich die Netzabdeckung an den Anforderungen des Mobilfunks orientieren, was die Infrastrukturkosten nach oben treibt. In Europa kommt als zusätzliches Problem die mangelnde Verfügbarkeit von Frequenzbändern hinzu.
- **Übertragungsstandards noch immer im Wettstreit**
Ein großes Hindernis stellen die konkurrierenden Übertragungs-Standards dar. Drei verschiedene Standards wetteifern derzeit um die Vorherrschaft: *DVB-H (Digital Video Broadcast-Handheld)* in Europa, *MediaFlo* in den USA und *T-DMB (Terrestrial Digital Mobile Broadcast)* in Asien und Europa.
- **Europa im Rückstand**
Laut Studie läuft Europa ernsthaft Gefahr, im mobilen TV-Geschäft hinter anderen Märkten zurückzubleiben. Gründe sind vor allem die langsame Koordination der nationalen Regulierungsbehörden, die Unfähigkeit, sich auf Standards zu einigen sowie die Schwierigkeiten, DVB-H oder T-DMB geeignete Bandbreiten bzw. Frequenzen für den kommerziellen Betrieb zuzuweisen:
- **255 Millionen MDTV-Geräte bis 2012 weltweit**
Die Studie prognostiziert, dass Asien den weltweiten Markt für MDTV-Empfangsgeräte im Zeitraum 2005 bis 2012 mit einem Marktanteil von 43 Prozent dominieren wird. Dahinter folgen die USA mit 32 Prozent Marktanteil und Europa mit einem Anteil von 25 Prozent. Diese Zahlen berücksichtigen die weltweiten Unterschiede, die es bei der Einführung mobiler Standards und Technologien gibt. Bis zum Jahr 2012 wird eine Gesamtzahl von 255 Millionen MDTV-Geräten prognostiziert.

Studienumfang

- 80 Seiten
- 13 Tabellen und Abbildungen
- in engl. Sprache

Goldmedia GmbH / Screen Digest

Goldmedia: Die Goldmedia GmbH Media Consulting & Research berät seit 1998 nationale und internationale Kunden im im Medien-, Entertainment- und TK-Bereich. Das Serviceangebot umfasst Wettbewerbsanalysen, differenzierte Prognosen und Hochrechnungen sowie Strategieberatung und Implementierung. Ende 2004 wurde die Goldmedia Sales & Services GmbH neu gegründet. Die Gesellschaft unterstützt Medienunternehmen bei der Analyse komplexer Verkaufsprozesse, berät in Fragen der Strategieplanung, erarbeitet Verkaufs- und Vertriebskonzepte.

Screen Digest: Screen Digest mit Sitz in London ist eines der weltweit führenden Research & Consulting Unternehmen im Bereich Medienforschung. Der mittlerweile legendäre Screen Digest Newsletter gehört seit 30 Jahren in mehr als 40 Ländern rund um den Globus zur Pflichtlektüre der Medienbranche. Das Kerngeschäft von Screen Digest ist die Forschungstätigkeit in nahezu allen Bereichen elektronischer Medien und die regelmäßige Publikation ausführlicher Marktanalysen.

Goldmedia GmbH / Screen Digest

- Strategieberatung
- Medienforschung
- Marktforschung
- Umsetzungskompetenz

Mobile Digital Television (MDTV): The Coming Handheld Revolution
September 2005

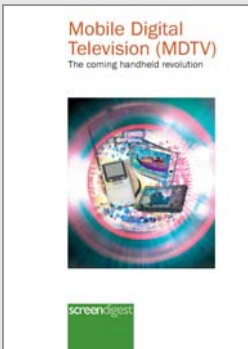
Autor der Studie:
Dermot Nolan,
Screen Digest

In englischer Sprache

Inhaltsverzeichnis (gekürzt)

- Executive summary**
1. **Introduction: What is mobile television?**
 2. **A short history of mobile television**
 3. **Why analogue mobile television never worked**
 4. **Digital terrestrial television systems**
 5. **Different requirements for fixed portable and mobile reception**
 6. **Early experiments with mobile TV systems**
 7. **DVB-T and ISDB-T**
 8. **From experiments to commercial services**
 9. **Operational mobile TV services: Three case studies**
 10. **Industrial solutions for mobile TV via current DTT systems**
 11. **Handheld mobile digital TV (MDTV) systems**
 12. **DVB-H: A commercial handheld mobile TV standard**
 13. **Mobile TV roll out scenarios**
 14. **Emerging business models**
 15. **Competitive relationship with other portable media services**
 16. **Consumer, economic, rights and regulatory issues**
 17. **Winners and losers**
 18. **Future prospects**

Studienbestellung: per Fax an Goldmedia: +49 – 30 – 246 266 66



Bitte kreuzen Sie an.

Hiermit bestelle ich verbindlich:

Print Version zum Preis von **1.495 Euro** (zzgl. 16 % MwSt.) gegen Rechnung.

Electronic Version zum Preis von **2.990 Euro** (zzgl. 16 % MwSt.) gegen Rechnung . Die Electronic Version (pdf per e-mail) enthält zusätzlich ein gedrucktes Exemplar.

Firma: _____

Lieferadresse: _____

Name: _____

Abteilung: _____

Telefon: _____

Rechnungsadresse: _____

Telefax: _____

Email: _____

Ust-ID/VAT-Nummer: _____

Ich benötige zunächst weitere Informationen.

Bitte kontaktieren Sie mich:

Name: _____

Firma: _____

E-mail: _____

Ich erkenne an, dass eine Vervielfältigung dieser Studie nur innerhalb der rechtlich selbständigen Einheit des Erwerbers bzw. nur zu privaten Zwecken erfolgen darf. Eine weitere Veröffentlichung – auch nur auszugsweise – bedarf der schriftlichen Genehmigung der Goldmedia GmbH.

Ort/Datum: _____

Unterschrift: _____