

Erfahrungen mit Handy-TV

Jean-Paul de Weck

CEO Swisscom Broadcast

Comdays08, Biel, 22. Oktober 2008



Übersicht

- Die Bestandteile des Kundenerlebnisses Mobile TV
- Stand des Mobile TV-Geschäfts bei Swisscom per Oktober 2008
- Mobile TV-Dienste auf Basis DVB-H in Europa
- Ausblick: DVB-H bietet weitere Ergänzungen zum Mobile TV-Erlebnis



Unsere Kunden wollen...

...nichts verpassen & spontan unterhalten werden.



...hervorragende Bild- und Tonqualität bei unterbruchsfreiem Empfang.

...einen persönlichen Fernseher, der nicht ans Wohnzimmer gebunden ist.



16:05	Dr. Stefan Frank - Der Arzt, dem die Frauen vertrauen
16:55	Wege zum Glück
17:45	Telesguard
18:00	Tagesschau
18:10	Meteo
18:15	5gegen5
18:40	glanz & gloria
18:59	Tagesschau-Schlagzeilen

...einfache Bedienung.

...ein Erlebnis und nicht einfach eine Technologie

Die Bestandteile des Kundenerlebnisses:

1. Ein breites Content-Angebot



Lineares TV...



...exklusiver Sport...

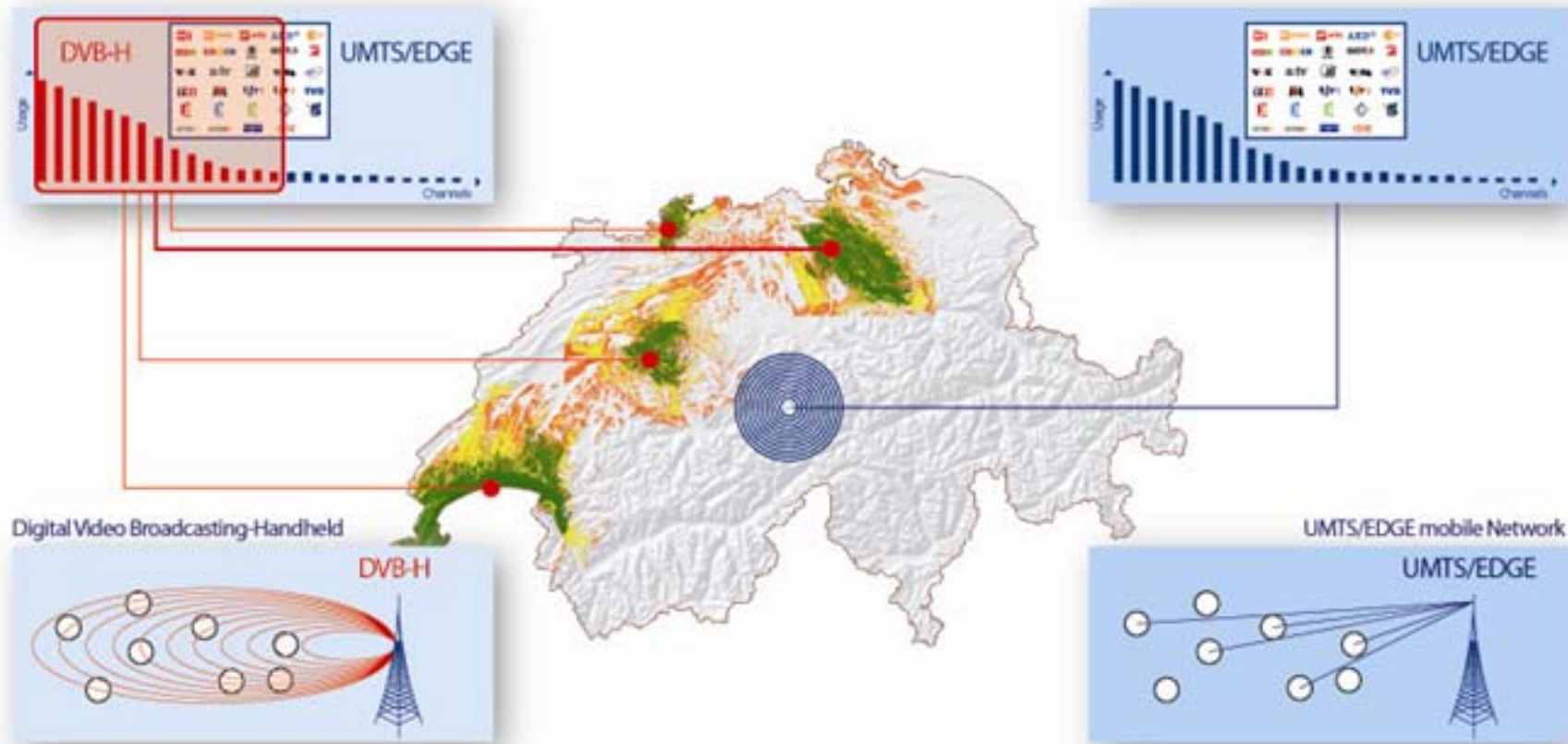


...made for mobile

Die Bestandteile des Kundenerlebnisses: 2. Flächendeckung dank zwei Technologien

DVB-H in den Agglomerationen für die Top 28-Programme

UMTS/EDGE flächendeckend mit allen Programmen und Internet



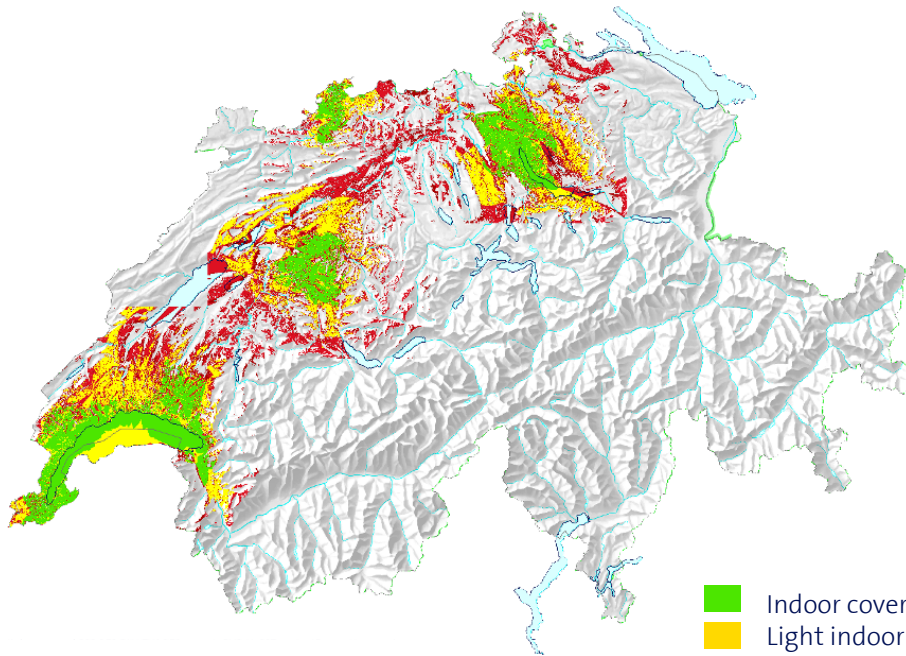
Zwei Technologien, aber nur ein Produkt

Die Bestandteile des Kundenerlebnisses:

3. Ein klares Bekenntnis zu hoher Qualität

Stand Oktober 2008:
44.7% der Bevölkerung mit Qualitätsstufe
« **portable outdoor** »
31% der Bevölkerung mit Qualitätsstufe
« **deep indoor** »

Ziel per Ende 2012 gemäss DVB-H-Lizenz:
61% der Bevölkerung mit Qualitätsstufe
« **portable outdoor** »
41% der Bevölkerung mit Qualitätsstufe
« **deep indoor** »



■ Indoor coverage
■ Light indoor coverage
■ Outdoor coverage

Die DVB-H-Abdeckung soll erweitert werden

Die Bestandteile des Kundenerlebnisses:

4. Das richtige Handy

Nokia N77



- 2.4“ Bildschirm
- Stereo
- Interne TV-Antenne

Nokia N96



- 2.8“ Bildschirm
- 16 GB interner Speicher
- Navigation (GPS)

LG KB 620



- 2” Bildschirm
- Ausziehbare TV-Antenne
- 2 Klapp-Positionen: 135°, 160°

Samsung P960

(ab Q4 2008)



- 2.6“ Bildschirm
- Picture-in-picture
- Ausziehbare TV-Antenne

Die heutige DVB-H-Handy-Auswahl genügt aber leider nicht

Ein einfaches Businessmodell und eine adäquate Regulierung für DVB-H als Must

- In der Schweiz wurde ein **Wholesale-Modell** für DVB-H mit zwei Teilnehmern gewählt, die auf ihre Kernkompetenz fokussieren können :
 - Swisscom Broadcast betreibt die DVB-H-Plattform sowie die terrestrische Versorgung.
 - Die Mobilnetzbetreiber entwickeln Produkte und Services für die Endkunden in einem Konkurrenzumfeld und stellen Swisscom Broadcast die entsprechenden Anforderungen.
- Dank **sinnvollen Lizenzanforderungen** für DVB-H verfügen die Teilnehmer über die nötigen Freiräume für die Marktentwicklung, insbesondere:
 - zur Definition der ausgestrahlten Programme
 - zur Definition der richtigen Versorgungsgebiete

Sogar unter diesen positiven Bedingungen haben wir eine langsame Marktentwicklung für DVB-H geplant

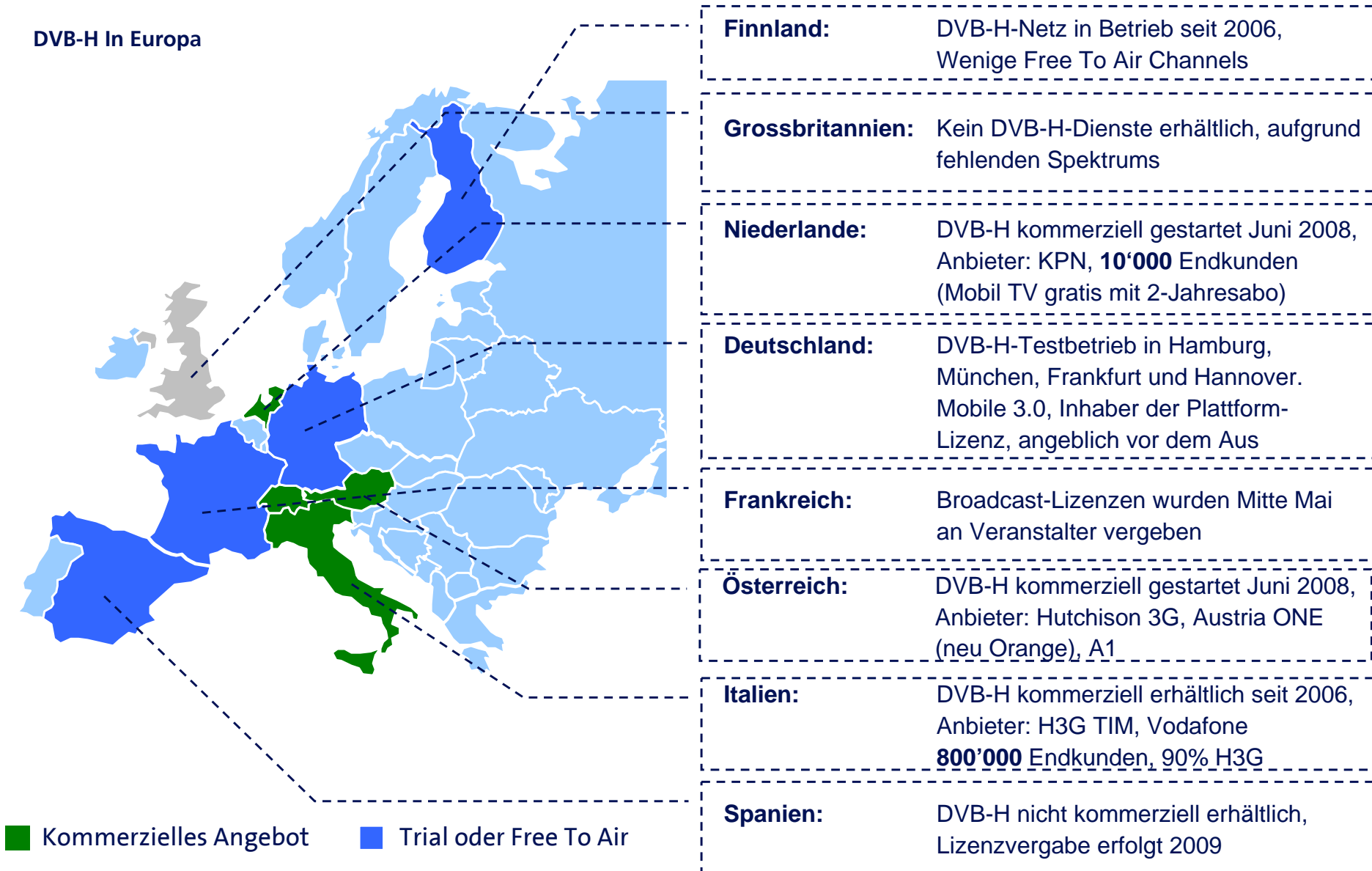
Stand des Mobile TV-Geschäfts per Oktober 2008

- Swisscom bietet seit dem 13. Mai dieses Jahres mit Bluewin TV mobile ein Handy-TV-Angebot, welches die Technologien 3G und DVB-H in einem Produkt vereint.
- Die EURO 08 war das ideale Event, um Mobile TV bei den Kunden bekannter zu machen. Die Benutzerzahlen stiegen signifikant an und verflachten sich dann während dem Sommer.
- Bis im September stand für DVB-H nur ein Endgerät zur Auswahl, was die Wirkung auf die entsprechenden Kundenzahlen erheblich dämpfte.

Mit der Erweiterung des Content-Angebots und mit der Verbreiterung des Handy-Portfolios im Oktober sollen die DVB-H-Kundenzahlen wieder steigen

Mobile TV auf Basis DVB-H wird bereits in vier Ländern Europas kommerziell angeboten

DVB-H In Europa

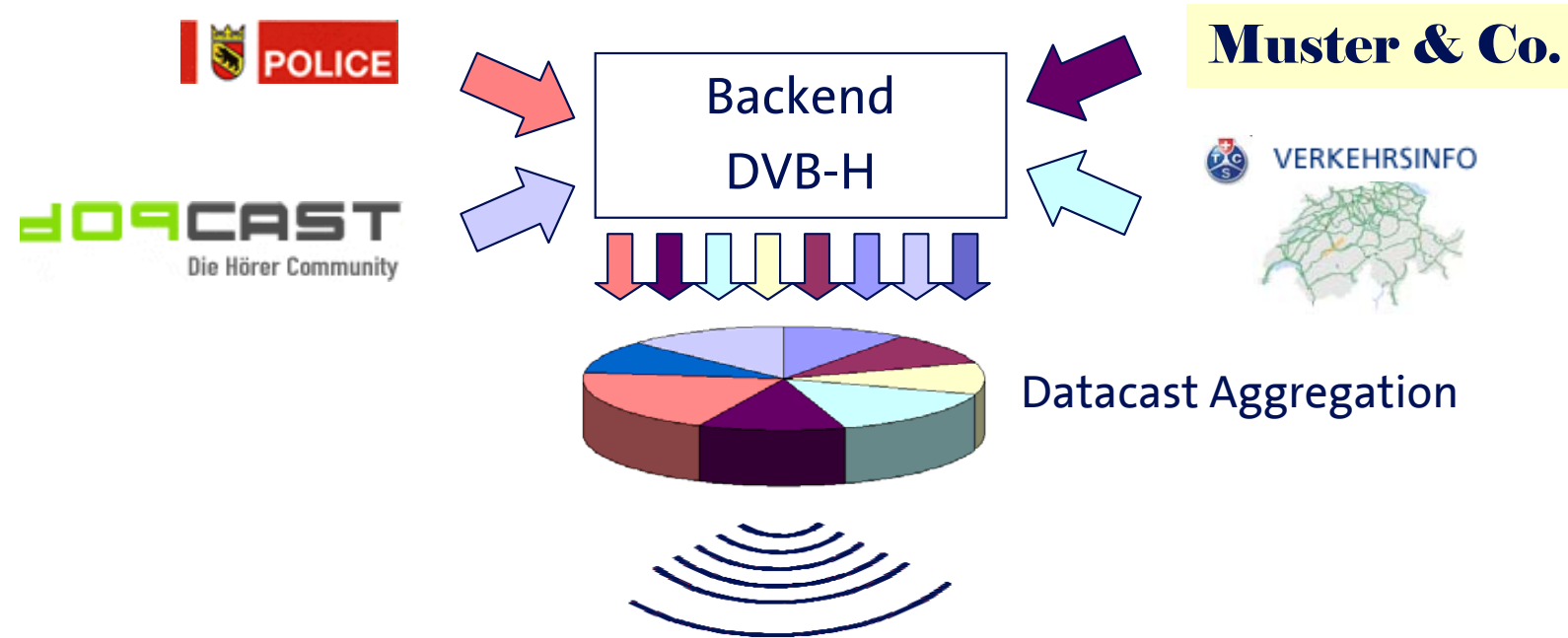


DVB-H kann mehr als reines Handy-TV

Beispiele:

- **Weitere Typen von Endgeräten** wären für mobiles Fernsehen mit DVB-H geeignet: Navigationssysteme, USB-Sticks für PC's, portable DVD-Players, Ipod's, etc.
- **Datacast-Services** sind im Rahmen der DVB-H-Lizenz vorgesehen. Damit kann man beispielsweise Video- oder Bildmaterial zusammensetzen und an bestimmte Gruppen, wie einen privaten Fernsehkanal, verteilen. Ein Pilotversuch wurde während der Euro 08 bereits mit der Kapo Bern durchgeführt.
- **„Top PodCast“ auf Broadcast** ist eine mögliche Applikation von Datacast-Services: damit kann ein Kunde zum Beispiel eine Videosequenz in hoher Qualität anfordern und in kurzer Zeit erhalten (Scheduled Download).

Datacast eröffnet weitere Geschäftsoportunitäten



Professioneller Anwender
(Kantonspolizei BE)



- Kantonspolizei BE
- Verkehrsinfo
- Werbekanal Muster & Co.

Privater Anwender 1



- Verkehrsinfo
- Werbekanal Muster & Co.

Privater Anwender 2



- Verkehrsinfo
- Werbekanal Muster & Co.
- Top Podcasts

Zusammenfassung

- Unsere Kunden wollen ein Mobile TV-Erlebnis und nicht einfach eine Technologie.
- Die wichtigsten Bestandteile für ein erfolgreiches Mobile TV-Produkt sind spezifische (Live) Contents, Flächendeckung, Bildqualität und das richtige Handy.
- Sogar wenn das Businessmodell und die Lizenzbestimmungen stimmen, wird die Marktentwicklung für DVB-H langsam sein.
- Aufgrund der beschränkten Handy-Auswahl steigt die Penetration der DVB-H-Technologie im Moment sehr langsam an.
- Sport- und Live-Events sind die grundsätzlichen Treiber für Mobile TV.
- DVB-H bietet weitere Ergänzungen zum Mobile TV-Erlebnis:
 - Auch non-voice-Geräte können einbezogen werden (Navigationsgeräte, DVD-Players, etc.).
 - Weitere Datacast-Anwendungen, wie z.B. die Verteilung von Bildmaterial und Video-Inhalten innerhalb Closed User Groups, sind möglich.