



Mobile Media Wann kommt der Durchbruch?

München, 7. November 2008

solon

Was ist Mobile Media?

Motive für Mobile Media Nutzung

"Save Time"

- Inhalte und Services jederzeit und überall nutzen
- Schnell agieren ohne umständliche Computer Nutzung
- Mehrwert durch ortsbezogene Informationen

"Kill Time"

- Überbrückung von Wege- und Wartezeiten durch gute Unterhaltung
- TV, Video, Musik, Handygames

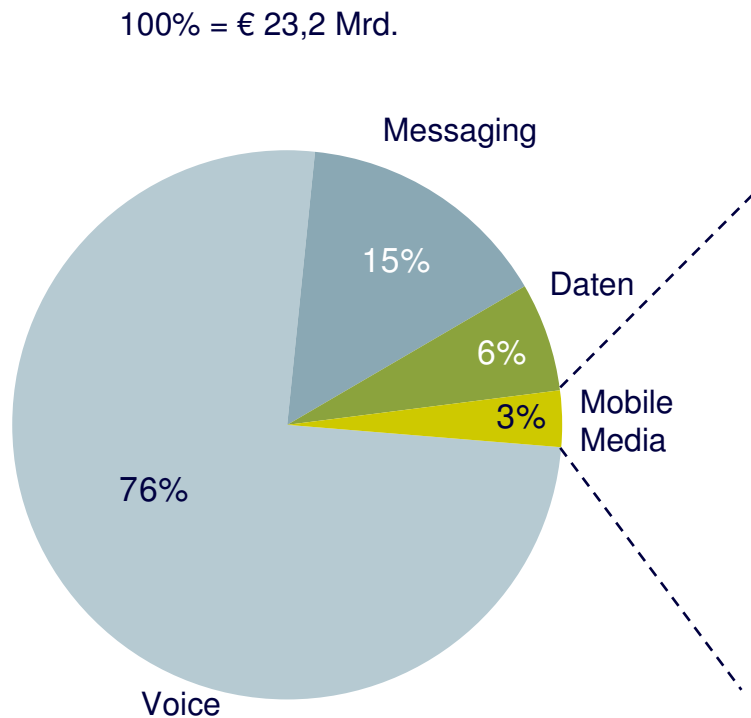


Acht Mobile Media Marktsegmente

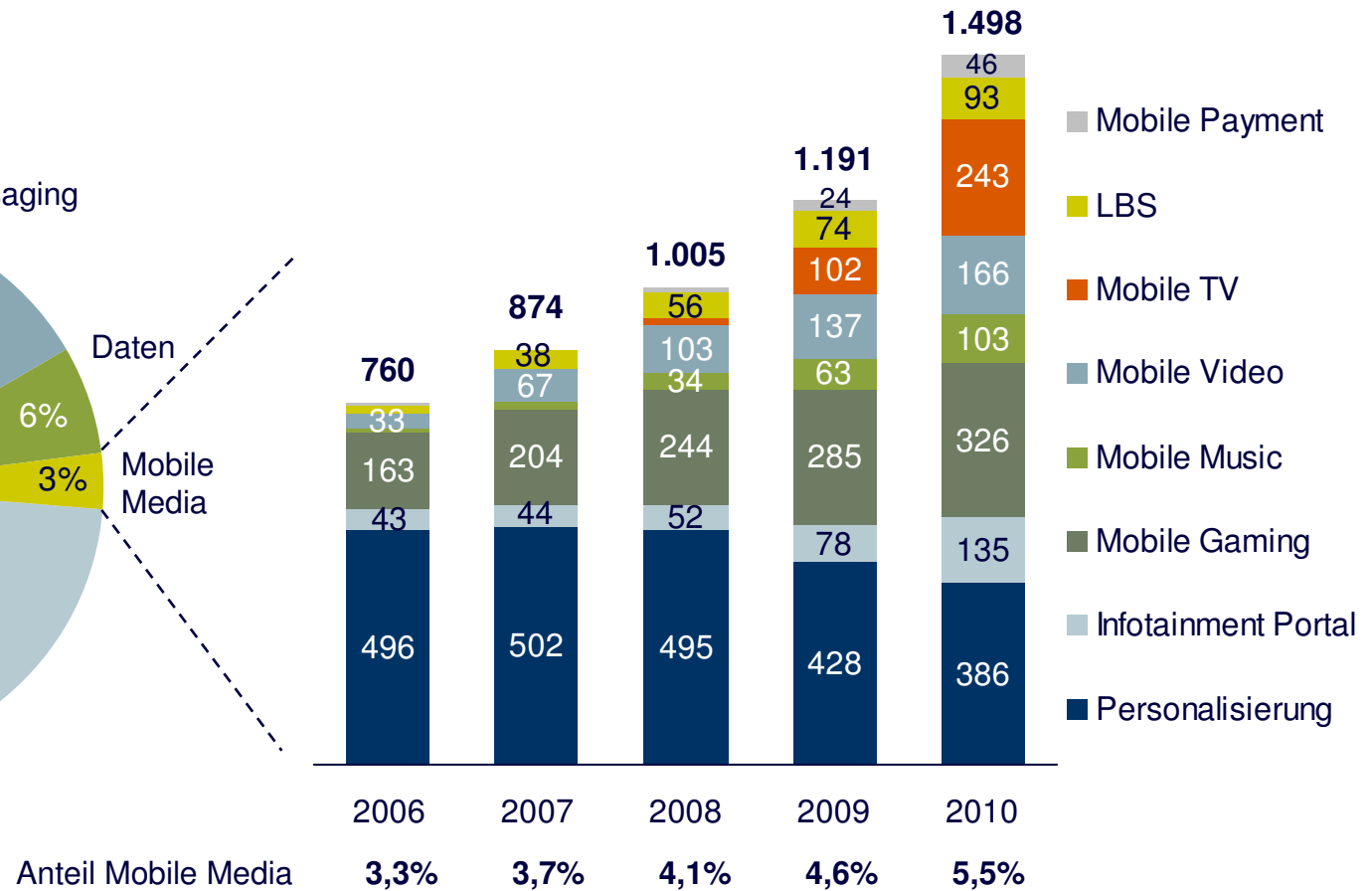


Der Mobile Media Markt wird sich bis 2010 auf €1,5 Mrd. verdoppeln

**Umsatzstruktur Mobilfunkmarkt
2006**



**Marktprognose Mobile Media nach Segmenten
in Mio. €**

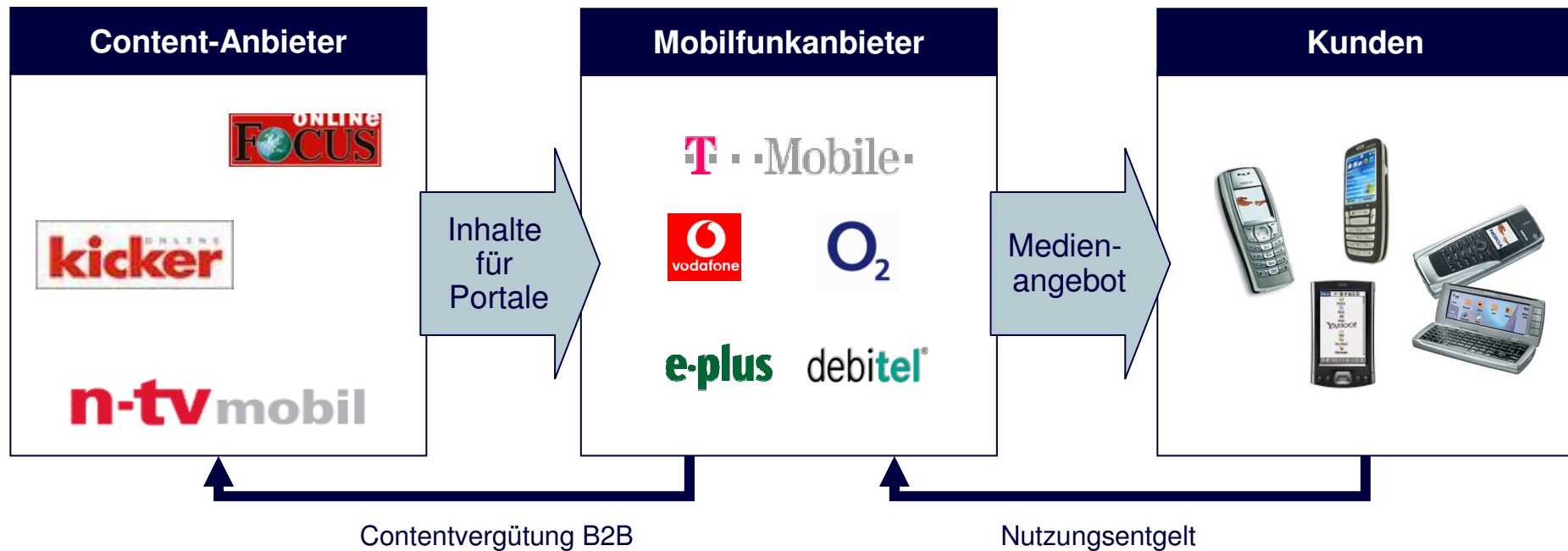


Aus Nutzersicht ist Mobile Media keineswegs nur auf Mobiltelefone und Mobilfunknetze beschränkt



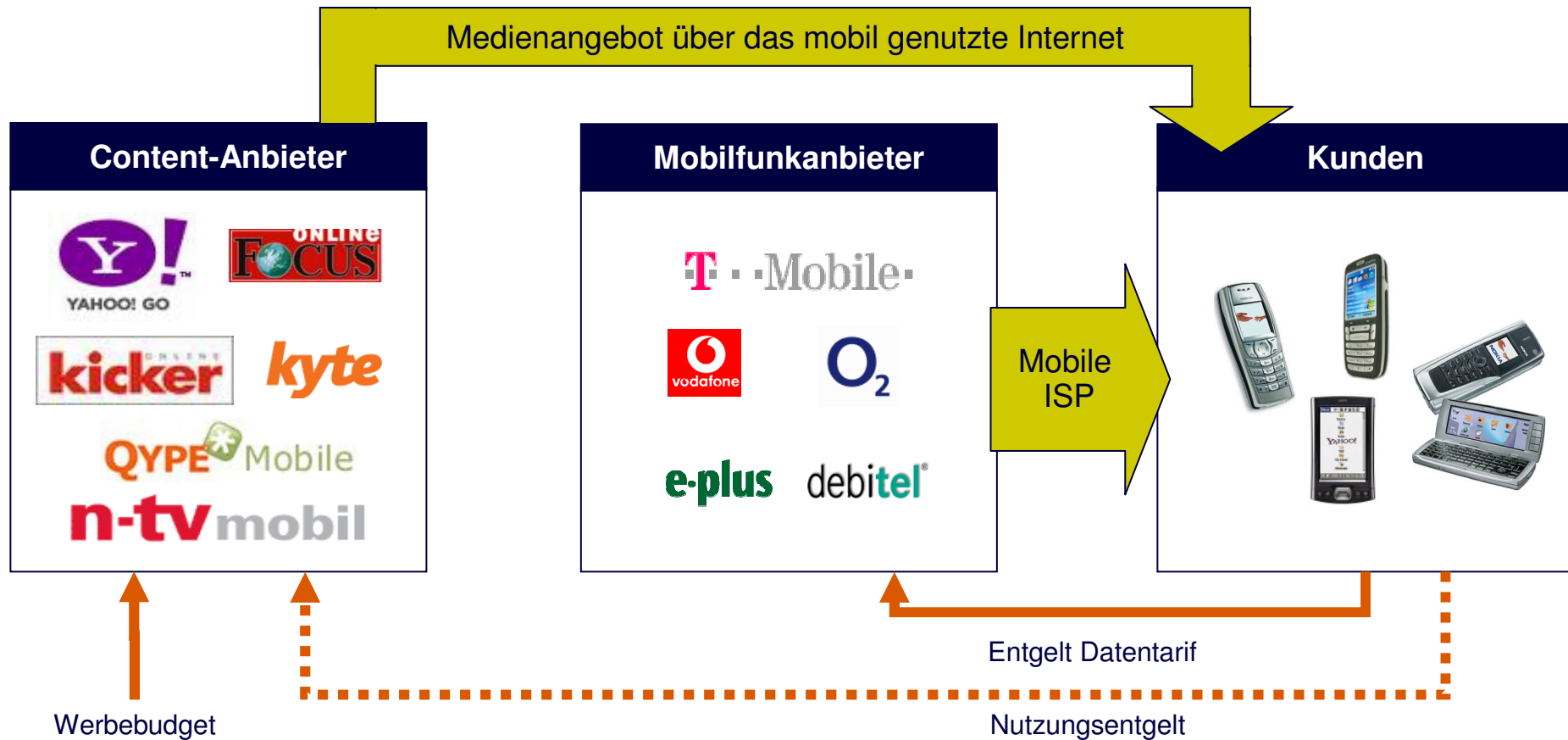
Die Rollenverteilung im Mobile Media Geschäft über Mobiltelefone ist in Bewegung geraten

Bisher: Mobilfunkanbieter als Gatekeeper für Mobile Media, Fokus auf Paid Content Modelle



Die Rollenverteilung im Mobile Media Geschäft über Mobiltelefone ist in Bewegung geraten

Zukünftig: Content-Anbieter mit direktem Kundenzugang, Fokus auf Werbefinanzierung von Content



MNOs stellen Mobile Internet Applikationen stärker in den Vordergrund



Fokus auf Mobile Media bei 3

- £ 38 / Monat (€ 55)
inkl. 750 Minuten in alle Netze und
Datenflatrate








Neue Rolle für die Mobilfunkanbieter

- Mobile Internet Service Provider
 - Günstige Breitband Datenverbindung
 - Bereitstellung geeigneter Endgeräte
- Mobile Payment Provider
 - Abrechnung eigener und fremder
kostenpflichtiger Dienste
- Ein Content Anbieter (neben vielen
anderen), Vorteile:
 - Integration von Services und
subventionierten Endgeräten
 - Aufbau auf bestehende
Kundenbeziehung für paid content

Aber: Angebote müssen dem Wettbewerb
im Mobile Webspaces standhalten

Die erste Datenflatrate ist auch in Deutschland da, aber der Datenverkehr ist für den Massenmarkt noch deutlich zu teuer

	Bestes Datenangebot	Zusatzpreis je Monat	
	<ul style="list-style-type: none">Echte Datenflatrate	€ 25,00	 <ul style="list-style-type: none">e-plus mit günstigstem Flatrate Tarif, aber schwacher UMTS AbdeckungVoice over IP Nutzung ist bei allen Anbietern ausgeschlossenDatennutzung bisher noch dominiert von wenig preissensitivem Business-Segment (Datenkarten)Sorge vor ausbleibender Umsatzkompensation bei deutlichen Preissenkungen für Datentransport
	<ul style="list-style-type: none">WebConnect Fair FlatBeschränkung auf 5 GB (ab 3. Monat)	€ 49,95	
	<ul style="list-style-type: none">Datentarif LBeschränkung auf 5 GB	€ 25,00	
	<ul style="list-style-type: none">Web'n'walk LargeBeschränkung auf 5 GBInkl. 200 h W-LAN	€ 59,00	

Mehr als Telefonieren: Die neue Generation von Mobiltelefonen ist für Mobile Media Nutzung optimiert

NOKIA
Nseries



N95



K850i

Sony Ericsson



Apple iPhone



Features für Mobile Media Nutzung

- Große Displays mit Auflösung bis zu 430 x 320 Pixeln und Querformat Option (3,5"-Touch-Screen-Display bei Apple iPhone)
- Leistungsfähige Datenzugänge: WiFi, UMTS mit HSDPA bzw. EDGE, GPRS, Bluetooth und USB für Sideloadung
- Optimierte Web-Browser
- Integrierte Music und Video Player
- Hohe Speicherkapazität (bis zu 8 GB bei Apple iPhone)
- Hoch auflösende Kameras (5 Megapixel-Kamera bei Nokia N95 und Sony Ericsson K850i)

Endgeräte-Hersteller treten bei Paid Mobile Content mit den Mobilfunkanbietern in den Wettbewerb



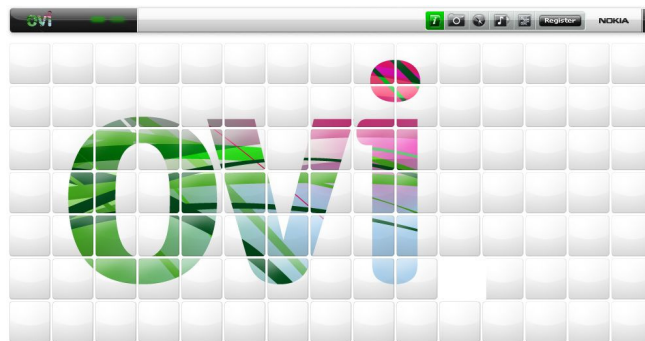
Apple iPhone mit iTunes

- Musik, Podcast und Video Downloads über iTunes

Nokia ovi Plattform

- Nokia Music Store
- Relaunch Nokia NGage
- Nokia Maps
- Reaktion auf die Verbindung von iPhone und iTunes von Apple

NOKIA
Connecting People



Vorteile

- Optimale Integration von Hardware, Software und Content-Angebot
- Integration von WiFi als breitbandige und billige mobile Datenverbindung

Neben das etablierte Paid Content Modell für Mobile Media Angebote tritt zukünftig das Geschäftsmodell werbefinanzierter Inhalte

Mobile Display Advertising



Anforderungen

- Messbarkeit der Werbeleistung von mobilen Portalen
- Aufmerksamkeitsstarke Formate (inkl. Rich Media)
- Kritische Masse an Inventory

Mobile Search Marketing

Mobile Internet SEM



Ortsbezogenes SEM



Mobile Direct Marketing

SMS / MMS Push Kampagnen



Anforderungen

- Akzeptanz durch Nutz- oder Unterhaltungswert
- Aufbau Kundenbasis mit Mobile Marketing Permission

Bewegtbild wird in der Mobile Media Nutzung eine zentrale Rolle spielen – Drei Anwendungen stehen im Wettbewerb um die Aufmerksamkeit

Video Clips im Mobile Web



- Integration von Video Clips in mobile Portale
- User generated content und redaktionelle Inhalte
- Werbefinanzierung

Videostreaming



- Streaming von Video Content
 - Als lineare TV Sender
 - Als Video on Demand
- Paid Content Modell

Mobile TV



- Mobile Broadcasting über DVB-H
- Ab 2008 (Lizenzvergabe steht bevor, DMB seit 2006)
- Paid Content Modell

Sling: Der Geruilla Ansatz zu Mobile TV

sling
M E D I A



Sling Box

- Hardware für das private Streaming von TV- und Video-Content über Internet
- Zugriff auf das gesamte heimische Medienangebot von unterwegs (Laptop oder Mobiltelefon)

Sling Mobile Player

- Client für Symbian und Windows Mobile Smartphones
- Mobile TV ohne Contentkosten mit Zugriff auf das Free- und Pay-TV daheim
- Wegen Kaufpreis (£ 99 + £ 19,99 für Mobile Player Software) und Installationsaufwand bisher kein Massenprodukt
- In Deutschland noch nicht im Vertrieb

Für den Durchbruch von Mobile Media am Massenmarkt gibt es klare Aufgaben

Mobile Content Anbieter

- Stationäre und mobile Internet Services integrieren
- Websites für mobile Nutzung optimieren
 - Formatierung
 - Navigation
 - Inhalte und Services
- Zusatznutzen durch ortsbezogene Dienste schaffen
- Werbefinanziertes Modell durchsetzen
- Paid Content weiter verfolgen, wo lohnend

Mobilfunkanbieter

- Mobile Internet Service Provider werden
 - Bandbreite und Abdeckung bereitstellen
 - Attraktive Datentarife penetrieren (Flatrate!)
 - Für Mobile Media optimierte Endgeräte distribuieren
- Kundenbeziehung für Vermittlung Paid Content und Paid Service Angeboten nutzen
- Mit eigenen Mobile Media Angeboten im offenen Wettbewerb bestehen

Endgeräte-Hersteller

- Mobile Media Usability verbessern
 - Software Integration (Internet Browser und Betriebssystem)
 - Displays (Auflösung, Wechsel zum Querformat)
 - Navigations-Interface (z.B. Touch-Screen)
 - Prozessor und Speicher
 - Batterieleistung
- Datennetze integrieren (UMTS/HSDPA, EDGE, Wi-Fi, Bluetooth, DVB-H)



Solon Management Consulting
GmbH & Co. KG

Kardinal-Faulhaber-Straße 6
80333 München

Phone: +49 (0) 89 210388-0
Fax: +49 (0) 89 210388-44

www.solon.de

Solon Management Consulting Bt.

Andrássy út 2.
1061 Budapest

Phone: +36 1 88033-00
Fax: +36 1 88033-01

www.solon.hu