

»PUBLIC PLAYING« GEGEN DIE LANGEWEILE

Lästige Wartezeiten gehören auf Flughäfen und Bahnhöfen zum Alltag. Die Berliner Firma Extrajetzt hat eine Alternative zum halbherzigen Schaufensterbummel entwickelt: Riesige Bildschirme sollen mit dem eigenen Mobiltelefon zur Spielfläche werden.

Viele wichtige Verkehrsknotenpunkte sind bereits mit Großbildschirmen ausgerüstet, die für die Darstellung von Nachrichten, Informationen für die Reisenden sowie Werbeeinblendungen genutzt werden. Mit geringem Aufwand lassen sich



**media.net
berlinbrandenburg**

zusätzliche Komponenten in die vorhandenen Systeme integrieren, die eine Interaktion des Wartenden mittels des eigenen Mobiltelefons und für alle sichtbar auf dem öffentlichen Display ermöglichen. Die Kompatibilität des Handys oder eines PDA mit einem Sender und Empfänger, der mit einem Computer und dem Bildschirm verbunden ist, bietet der meist standardmäßig verbaute Bluetooth Chip in modernen mobilen Endgeräten.

Für die Übermittlung von Inhalten wie MP3 oder Gutscheinen auf das Mobiltelefon wird Bluetooth bereits im öffentlichen Raum in Verbindung mit Plakaten genutzt. So hat

jüngst der Marktführer im deutschen Out-of-Home Media Markt, die Ströer AG, in Kölner U-Bahnhöfen Musikbegeisterten eine MP3-Datei mit einem Song von Nelly Furtado spendiert, um auf den Onlineshop MP3.de aufmerksam zu machen.

Für Mobiltelefone werden zudem einige Spiele vertrieben, die via Bluetooth im Mehrspieler Modus gespielt werden können. Das Angebot reicht hier von Autorennen, Brettspieladaptionen und Poolbillard bis hin zu dem Spieleklassiker Worms.

Die Berliner Agentur Extrajetzt Interactive hat mit dem Institut Hyperwerk an der Fachhochschule Nordwestschweiz nun ein innovatives Kommunikationskonzept entwickelt, um Wartesituationen an stark frequentierten Standorten attraktiver zu gestalten.

Ein Spiel wird auf einem zentralen Großbildschirm dargestellt, das von mehreren

Spielern gleichzeitig gespielt werden kann. Es entsteht kurzfristig eine Community aus einander fremden Mitspielern, die sich allerdings alle im unmittelbaren Umfeld des zentralen Bildschirms befinden. »Der Kreativität sind hinsichtlich des Spielkonzeptes zunächst einmal nur wenige Grenzen gesetzt«, so David Rowald, Creative Partner von Extrajetzt. »Uns steht die Rechenleistung eines modernen PC's zur Verfügung, da mit dem Mobiltelefon lediglich der Spielcharakter individualisiert wird und die Steuerbefehle übertragen werden«, ergänzt Martin Fleck, der das Projekt am Hyperwerk durchführt.

Auch im Umfeld von Messen und Events kann der Einsatz persönlicher Mobile Devices mit Bluetooth für die Information, Kommunikation und Interaktion der Besucher zukünftig eine wichtige Rolle spielen, wenn entsprechende Applikationen verfügbar sind. Die neue Bluetooth-Generation 2+ lässt bereits Übertragungsraten von bis zu 2 Mbit/s zu, wodurch auch größere Datenmengen schnell auf das Handy übertragen werden können.

Kaspar Trüstedt

www.medianet-bb.de
www.extrajetzt.de

KEINE ZUKUNFT OHNE »TRIPLE PLAY«

Kabelnetzbetreiber müssen heute und künftig TV, Radio, Internet und Telefonie über einen kombinierten Zugang (Triple Play) anbieten, um Kunden zu halten bzw. neue Haushalte hinzu zu gewinnen. Dieses Fazit zog Dietmar Schickel, Geschäftsführer der Tele Columbus GmbH am 16. April beim Medien Dialog Berlin, einer Initiative der IHK Berlin, der Medienboard Berlin-Brandenburg GmbH und des Forum Medien Berlin.

Der Wettbewerb hat sich für die Kabelnetzbetreiber verschärft: Konkurrenz kommt jetzt auch von den Telekommunikationsanbietern, die via Internet Radio und Fernseh-



Dietmar Schickel: »Triple Play ist ein Muss für jeden Kabelnetzbetreiber.«

anbieten. Im Gegenzug bringen die Kabelnetzbetreiber Internet und Telefon per Breitbandkabel in die Wohnzimmer. Sein Unternehmen, die Tele Columbus, sei in diesem Wettbewerb gut aufgestellt, denn man agiere als integrierter Netzbetreiber sowohl in der Netzebene 4 (Verteilanlagen auf privatem Grund) und in der Netzebene 3 (örtliches Kabelnetz auf öffentlichem Grund). In der Netzebene 4 liege man mit einem Marktanteil von 18,5% sogar noch vor Kabel Deutschland. Satelliten-TV und terrestrisches digitales Fernsehen sieht er dagegen weniger als Konkurrenten. Auch »Quadruple Play«, nicht nur ein Zungenbrecher sondern auch eine Erweiterung von Triple Play um Mobilfunk-Komponenten, sei eher eine Option für die Zukunft.

Viel Platz für neue Kabelanbieter sieht Schickel nicht, eher komme es zur Verdrängung. Um am Markt bestehen zu können, bedarf

Triple Play auf dem Vormarsch



es einer gewissen Größe, um beim Verhandeln mit Content-Anbietern mithalten zu können. Wichtig sei für die Kunden ein vielfältiges Angebot. Allerdings: »Programme kann ich leider nicht verändern, sondern sie nur attraktiv bündeln.«

Vermarktet wird das Angebot über die Wohnungsgesellschaften. Diese sind auch der Partner bei neuen Anwendungen, wie z.B. im Bereich der Sicherheit. Allerdings gebe es rechtliche Probleme bei Kameras, die Hauseingänge oder Spielplätze überwachen und deren Bilder in jeder Wohnung empfangen werden können. Umgekehrt könne aber das Verteilnetz dazu genutzt werden, Wohnungen während einer Abwesenheit zur Urlaubszeit zu überwachen. Hierbei werden Bilder mit Einverständnis des Wohnungseigentümers in eine Sicherheitszentrale übertragen. **Et**