

Informationen zum Medienstandort Berlin-Brandenburg:

# Mobile Entertainment

## Der Markt für Mobile Entertainment in Berlin-Brandenburg

Die Verknüpfung von Entertainment und Mobilfunk bietet sowohl Content- als auch Telekommunikationsanbietern deutliche Wachstumspotenziale. In Deutschland besaßen Mitte 2005 bereits rund 74 Mio. Menschen ein Handy. Neben Sprachtelefonie und SMS werden zunehmend auch andere mobile (Daten-)Dienste genutzt.

Derzeit dominieren vor allem technologische Entwicklungen die allgemeine Diskussion im Mobilfunkbereich. Für Unternehmen aus der Software und Medienbranche – d.h. für Film- und Fernsehproduzenten, Spiele-Entwickler, Radio- und Fernsehsender, Musiklabels und Werbeagenturen – wird es immer wichtiger, unterschiedliche Ausgabepattformen beliefern zu können, um der wachsenden Nachfrage auf dem mobilen Markt gerecht zu werden. Softwareanbieter müssen technische Lösungen zur Übertragung von mobilen Inhalten für verschiedene Übertragungswege entwickeln, sodass die Kunden mit verschiedenen Endgeräten reibungslos auf Mobile Entertainment-Inhalte zugreifen können.

Die vorliegende Untersuchung, erstellt von Goldmedia im Januar 2006 im Auftrag des Medienboard Berlin-Brandenburg, gibt einen Überblick über den Markt für Mobile Entertainment in Deutschland und insbesondere in Berlin-Brandenburg.

Die Besonderheiten des deutschen Marktes werden herausgearbeitet und typische Akteure aus Telekommunikation und Softwareentwicklung und entlang der gesamten Wertschöpfungskette aufgezeigt. Unternehmen der Hauptstadtregion werden vorgestellt und die Bedeutung des Standortes für Mobile Entertainment in einen überregionalen Rahmen gestellt.

## *The mobile entertainment market in Berlin-Brandenburg*

The fusion of entertainment and mobile phoning has opened the doors for both content and telecommunication providers to increase their potential growth. Midway through 2005, approximately 74 million people in Germany owned a mobile phone. Beyond providing standard telephone and text messaging services, the medium now offers more and more types of mobile data services.

Currently, technological developments are dominating the forefront of the general mobile media discussion. The ever-increasing demand within the mobile phone market has made it next to essential for software and media companies – i.e. film and television production houses, computer games developers, radio and television stations, music labels and ad agencies - to cater to a variety of formats. Software providers are thus obliged to come up with a technological means of broadcasting that enables customers with differing devices to readily access mobile entertainment and content.

The Medienboard Berlin-Brandenburg commissioned Goldmedia to produce a report, completed in January of 2006, that provides an overview of Germany's mobile entertainment market - particularly that of the Berlin-Brandenburg region.

The specifications of the German market have been mapped out as have the major power players from the fields of telecommunication and software development. In addition, these companies' roles within the greater media structure have been identified. The report also examines companies from the German capital area and the region's significance within the greater mobile entertainment market.

### Impressum

#### Herausgeber:

Medienboard  
Berlin-Brandenburg GmbH  
August-Bebel-Straße 26-53  
D-14482 Potsdam-Babelsberg  
Tel.: +49 (0)331 743 87-0  
Fax : +49 (0)331 743 87-99  
info@medienboard.de  
www.medienboard.de

#### Studie erstellt von:

Goldmedia GmbH  
Media Consulting & Research  
Oranienburger Str. 27  
10117 Berlin

#### Kontakt/Redaktion Medienboard:

Claudia Graband  
Tel.: +49 (0)331 743 87-83  
Fax : +49 (0)331 743 87-99  
E-Mail: c.graband@medienboard.de

#### Satz und Layout:

Labor für Gestaltung  
Schleißmann GmbH, Berlin  
www.laborfuergestaltung.de

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Executive Summary</b> . . . . .	<b>3</b>
<b>2</b>	<b>Einleitung: Was ist Mobile Entertainment?</b> . . . . .	<b>5</b>
<b>3</b>	<b>Bestandsaufnahme Mobile Entertainment Markt</b> . . . . .	<b>6</b>
	3.1 Marktsituation in Deutschland . . . . .	6
	3.2 Durchschnittlicher Kundenumsatz (ARPU) . . . . .	7
	3.3 Mobile Entertainment Content . . . . .	8
	3.3.1 Klingeltöne, Musik und Bilder . . . . .	9
	3.3.2 Mobile Gaming . . . . .	9
	3.3.3 Mobile Video . . . . .	10
	3.3.4 Mobile TV . . . . .	11
	3.3.5 Durchschnittliche Preise für Mobile Entertainment Content . . . . .	12
	3.4 Mobile Entertainment – die Wertschöpfungskette . . . . .	13
<b>4</b>	<b>Mobile Entertainment Berlin-Brandenburg</b> . . . . .	<b>14</b>
	4.1 Medienmarkt Berlin-Brandenburg . . . . .	14
	4.2 Mobile Entertainment Standort Berlin-Brandenburg . . . . .	14
	<b>Fazit</b> . . . . .	<b>17</b>
	<b>Quellenverzeichnis</b> . . . . .	<b>18</b>
	<b>Anhang: Akteure im Mobile Entertainment Markt Berlin-Brandenburg</b> . . . . .	<b>19</b>
	<b>Adressen</b> . . . . .	<b>23</b>

# 1 Executive Summary

**22,1 Mrd. Euro Umsatz  
in 2004 in Deutschland**

**Häufigste Nutzung:  
Sprachdienste**

**214 Mio. Euro Gesamtumsatz  
in Deutschland im ersten  
Halbjahr 2004**

## Bestandsaufnahme Mobile Entertainment

Die Verknüpfung von Entertainment und Mobilfunk bietet sowohl Content- als auch Telekommunikationsanbietern deutliche Wachstumspotenziale. Der Stellenwert des Mobilfunks in Deutschland lässt sich an der aktuellen Marktpenetration von rund 90 Prozent der Bevölkerung und einem Umsatz von **22,1 Mrd. Euro** in 2004 ablesen. Prognosen des Fachverbands BITKOM gehen davon aus, dass die Mobilfunkpenetration bis 2007 auf **98 Prozent** steigt.

Der durchschnittliche Kundenumsatz (ARPU) nimmt jedoch mit zunehmender Marktdurchdringung ab, da neu hinzukommende Kunden im Durchschnitt eine weniger intensive Nutzung aufweisen als Bestandskunden. Auf Grund des starken Wettbewerbs sinken zudem die Gesprächs-Minutenpreise. Der ARPU sank deshalb zwischen 1995 und 2004 von 74 auf 25 Euro im Monat.

Sprachdienste werden von den Mobilfunkkunden nach wie vor am häufigsten genutzt. Der Anteil von Messaging und Daten am Gesamtumsatz pro Kunde steigt jedoch stetig: In 2005 wurden rund **19 Prozent** des Gesamtumsatzes mit Non-Voice-Diensten generiert. Bis 2010 soll der Non-Voice-Anteil bis auf 35 Prozent steigen. Diese Umsatzsteigerung im Datenbereich soll nicht zuletzt durch Mobile Entertainment Dienste erreicht werden.

Der Gesamtumsatz mit Mobile Entertainment in Deutschland lag im ersten Halbjahr 2004 nach Angaben des GfK Panel Service bei **214 Mio. Euro**, was für einen Gesamtumsatz von 450-450 Mio. Euro im Jahr spräche. Eine Analyse von Midray geht für das Gesamtjahr 2004 von 630 Mio. Euro Umsatz in Deutschland aus und prognostiziert für 2008 bereits einen Gesamtumsatz von rund 1,5 Mrd. Euro im Segment Mobile Entertainment.

## Mobile Entertainment Definition und Inhalte

Definiert wird Mobile Entertainment als das Angebot von Produkten und Diensten mit unterhaltenden Inhalten, die auf mobilen und personengebunden Mobilfunkgeräten über eine drahtlose Verbindung genutzt werden können.

Grundsätzlich lassen sich vier Kategorien von Mobile Entertainment-Inhalten unterscheiden:

- Logos, Klingeltöne und Musik,
- Mobile Games,
- Mobile Video und
- Mobile TV.

Den größten Umsatzanteil mit 61 Prozent hatten 2004 Klingeltöne und Musik erreicht, gefolgt von Mobile Games mit 23 Prozent.

## Die Akteure in Berlin-Brandenburg

Mobile Entertainment stellt besondere Anforderungen an die Kooperationsbereitschaft von Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen wie Medien und Telekommunikation. Kein Anbieter kann die komplexe Wertschöpfungskette erfolgreich allein beherrschen, weil verschiedenste Kompetenzen benötigt werden, bspw. auf den Feldern Inhalteproduktion und -aggregation, Betrieb einer Mobilfunkinfrastruktur und Handling der Endkundenbeziehungen. Allerdings belegen einige Anbieter auch erfolgreich mehrere Sparten der Wertschöpfungskette, z.B. Content und Entwicklung.

Einen Status Quo für den Mobile Entertainment Markt in der Region Berlin Brandenburg zu formulieren, gestaltet sich nicht nur wegen der teilweisen Überschneidungen in der Wertschöpfungskette schwierig. Der Markt befindet sich in der Aufbauphase und ist stetigen Veränderungen unterworfen: Neue Unternehmen werden gegründet, bestehende müssen ihre Geschäftstätigkeit aufgeben und wieder andere erweitern ihr Kerngeschäft auf den Bereich Mobile Entertainment. Verwirrung stiftet darüber hinaus die bisweilen inflationäre Verwendung des Begriffs Mobile Entertainment, bspw. auch für mobile Navigationsdienste.

In der Region Berlin und Brandenburg konnten durch Goldmedia 30 Unternehmen identifiziert werden, die schwerpunktmäßig Mobile Entertainment Content produzieren und anbieten bzw. Mobile Entertainment Applikationen entwickeln. Zudem wurde in Berlin die internationale Organisation "Broadcast Mobile Convergence Forum" (bmco) gegründet, im Ausschuss sitzen

Vertreter von Vodafone, Nokia, Motorola, Philips, T-Mobile und KPN. Ziel dieses Forums ist die Schaffung einer Plattform für Mobile Broadcast Services, um die Interessen von Firmen aus diesem Segment z.B. gegenüber der Politik zu vertreten und die technische Entwicklung zu forcieren.

Die Unternehmen in Berlin-Brandenburg werden in folgende Kategorien eingeordnet:

- Mobile Applikationsentwicklung,
- Mobile Contententwicklung,
- Games
- und Sonstige.

Bei eventuellen Überschneidungen wurden die Unternehmen nach ihren Schwerpunkten einer Kategorie zugeordnet.

Die größten Player im Mobile Entertainment Markt Berlin-Brandenburg sind zweifelsohne Jamba! und Buongiorno. Beide entwickeln sowohl Applikationen als auch Content.

Berlin-Brandenburg ist einer der wichtigsten Mobile Entertainment Standorte Deutschlands. Die Verteilung der Unternehmen zeigt, dass dies sowohl für den Entwicklungs- als auch für den Content-Bereich gilt. Jedoch durch die Marktstellung von Jamba! und Buongiorno und den Einstieg der klassischen Medienunternehmen – die, wie bereits erwähnt, auf eigenen Plattformen bzw. als Kooperationspartner für unabhängige Portale Mobile Entertainment Inhalte anbieten – nimmt der Mobile Entertainment-Standort Berlin-Brandenburg insbesondere im Content-Bereich eine führende Rolle im nationalen Vergleich ein.



## 3 Mobile Entertainment Markt: Bestandsaufnahme

### 3.1 Marktsituation in Deutschland

Der Stellenwert des Mobilfunks in Deutschland lässt sich an der aktuellen Marktpenetration von rund **90 Prozent** der Bevölkerung in 2005 und einem Umsatz von **22,1 Mrd.** Euro in 2004 ablesen. Prognosen des Fachverbands BITKOM gehen davon aus, dass die Mobilfunkpenetration bis 2007 auf 98 Prozent steigen wird.

Der Markt in Deutschland ist bislang von vier Netzbetreibern (Mobile Network Operators oder MNOs) geprägt. Diese waren Mitte 2005 die T-Mobile Deutschland GmbH mit einem Marktanteil von 38,1 Prozent, die Vodafone D2 GmbH (37,4 Prozent), die E-Plus Mobilfunk GmbH & Co. KG (13,2 Prozent) und die O2 Germany GmbH & Co. OHG (11,3 Prozent).

Neben den vier Netzbetreibern, die über physische Netze verfügen und gleichzeitig deren Vermarktung übernehmen, sind im deutschen Markt eine Reihe von Mobile Service Providern (MSPs) aktiv. Diese verfügen nicht über eigene Infrastrukturen, sondern treten als Wiederverkäufer für die Netzbetreiber in Erscheinung und konzentrieren sich auf Vertrieb und Kundenservice.

Relativ neu auf dem deutschen Mobilfunkmarkt ist das Geschäftsmodell des Mobile Virtual Network Operators (MVNOs). Die entsprechenden Anbieter greifen ebenfalls auf Verkehrskontingente der Netzbetreiber zurück, treten aber ansonsten als vollständig eigene Marke auf.

Die seit 2005 als Mobilfunk-Discounter agierenden MVNOs wie Simyo, Klarmobil und Blau.de vertreiben SIM-Karten zumeist ausschließlich über das Internet und bieten dabei einfache Tarifmodelle zu besonders günstigen Minutenpreisen ohne Grundgebühren an. Im Gegenzug wird auf Endgeräte-Subventionierung, Zusatzfeatures und Offline-Service weitgehend verzichtet. Durch die Konkurrenz dieser Unternehmen gerieten die Tarife bei den klassischen Mobilfunkanbietern zuletzt spürbar unter Druck.

Auch große Handelsketten treten als MVNOs auf: Als Erste hatten O2 und Tchibo im September 2004 den gemeinsamen Markteintritt als MVNO gewagt und bis Juni 2005 insgesamt 250.000 Kunden an sich binden können. Der Großteil der deutschen Mobilfunkkunden wird aber nach wie vor von den Netzbetreibern direkt betreut.

Zur Zeit 4 Netzbetreiber in Deutschland: T-Mobile, Vodafone, D2, E-Plus, O2

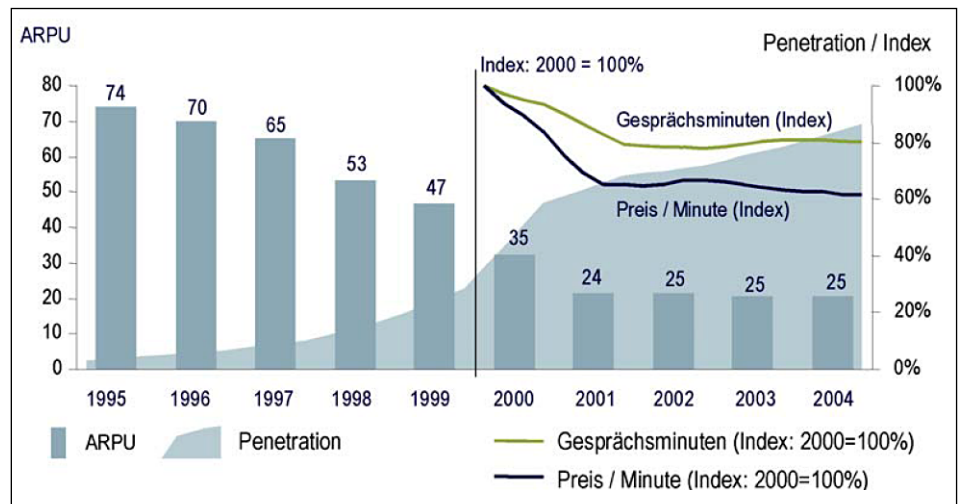
Günstige Tarife bei MVNOs wie Simyo, Klarmobil, Blau

### 3.2 Durchschnittlicher Kundenumsatz (ARPU)

Der durchschnittliche Kundenumsatz (ARPU) nimmt mit zunehmender Marktdurchdringung ab, da neu hinzukommende Kunden im Durchschnitt eine geringere Nutzung aufweisen als Bestandskunden. Auf Grund intensiven Wettbewerbs sinken zudem die Minutenpreise. Der ARPU sank von 1995 bis 2004 von 74 auf 25 Euro im Monat.

Abb. 2 Entwicklung des ø ARPU in Deutschland (EURO/Monat)

Sinkender durchschnittlicher Kundenumsatz seit 2004

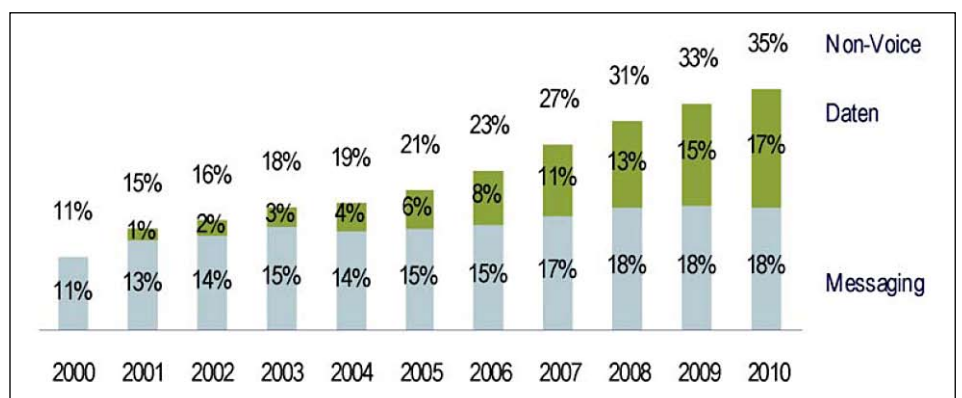


Quelle: Solon

Erwartete Steigerung des Non-Voice Anteils auf 35% bis 2010

Sprachdienste werden von den Mobilfunkkunden nach wie vor am häufigsten genutzt. Der Anteil von Messaging und Daten am Gesamtumsatz pro Kunde steigt jedoch stetig. 2005 wurden ca. **19 Prozent** des Gesamtumsatzes mit Non-Voice-Diensten generiert. Bis 2010 soll der Non-Voice-Anteil bis auf **35 Prozent** steigen. Diese Umsatzsteigerung im Datenbereich soll nicht zuletzt durch Mobile Entertainment Dienste erreicht werden.

Abb. 3 Anteil von Messaging und Daten am gesamten Umsatz pro Kunde (ARPU), in %

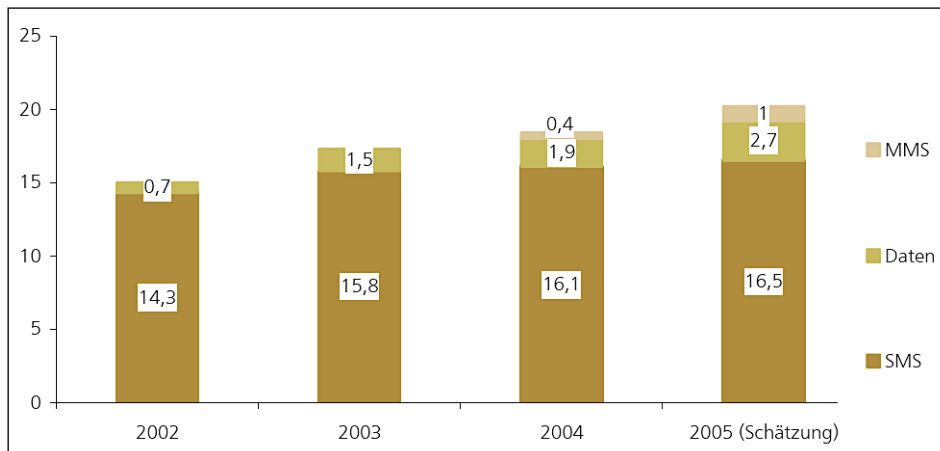


Quelle: Merrill Lynch 2005, Bundesnetzagentur 2005, Solon

Eine Aufschlüsselung der Datendienste zeigt den noch immer dominierenden Anteil des SMS-Verkehrs an diesem Segment. Die Einführung von MMS war mit 91 Mio. versendeten Einheiten in 2004 (im Vergleichszeitraum wurden ungefähr 20,6 Mrd. SMS verschickt) nur ein mäßiger Erfolg.<sup>1</sup> Der Anteil anderer Datendienste wächst.

<sup>1</sup> Bundesnetzagentur, Jahresbericht 2004

Abb. 4 Datenanteil an den Mobilfunk-Dienstumsätzen in Deutschland, in Prozent



Quelle: Dialog Consult / VATM (2005)

### 3.3 Mobile Entertainment Content

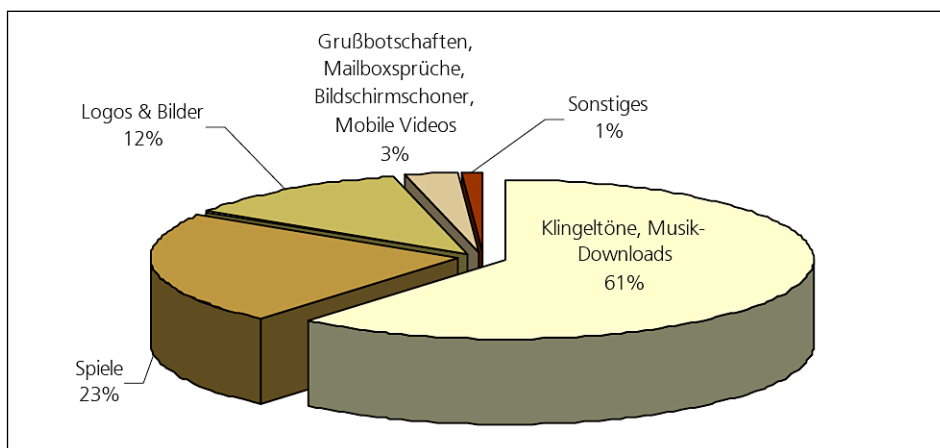
61% Umsatzanteil für Klingeltöne und Musik

Grundsätzlich lassen sich vier Kategorien von Mobile Entertainment Content unterscheiden. Dies sind:

- Klingeltöne, Musik und Logos und Bilder
- Mobile Games
- Mobile Video
- Mobile TV

Die größten Umsatzanteile entfielen 2004 in Deutschland auf Klingeltöne und Musik (**61 Prozent**), gefolgt von Mobile Games (**23 Prozent**) sowie Logos und Bildern (**12 Prozent**).

Abb. 5 Anteile am Umsatz mit Mobile Entertainment Angeboten in Deutschland 2004



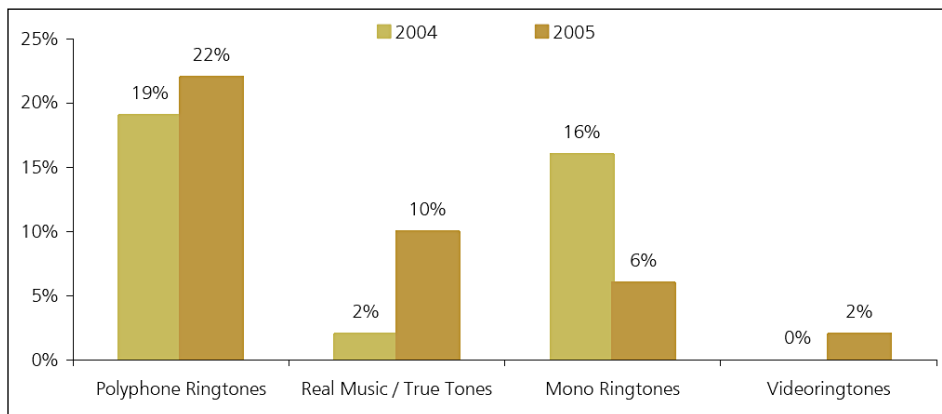
Quelle: GfK Panel Services (2004)

Der Gesamtumsatz mit Mobile Entertainment in Deutschland lag im ersten Halbjahr 2004 nach Angaben des GfK Panel Service bei **214 Mio.** Euro. Eine Analyse von Midray geht für das Gesamtjahr 2004 von 630 Mio. Euro Umsatz aus und prognostiziert für 2008 einen Gesamtumsatz von rund **1,5 Mrd.** Euro im Segment Mobile Entertainment.

### 3.3.1 Klingeltöne, Musik und Bilder

Mit der wachsenden Verbreitung MP3-fähiger Handys werden zunehmend polyphone Ringtones und Real Tones anstelle monophoner Klingeltöne heruntergeladen.

Abb. 6 Genutzte Mobile Entertainment-Angebote in Europa (2004/2005)



Quelle: Buongiorno, Dezember 2005, Basis: Zweistufige Befragung, 1. Qualitative Befragung 400 Personen in Europa, US und Südafrika, 2. quantitative Befragung 4,500 Personen in fünf europäischen Ländern.

#### Klingeltöne attraktive Erlösquelle im Musikgeschäft

Angesichts kontinuierlich sinkender CD-Verkäufe sind die Musikunternehmen auf neue Umsatzquellen angewiesen. Neben den Downloads über das Internet stellt das Musikgeschäft über das Handy eine neue attraktive Erlösquelle dar. Klingeltöne erreichten im ersten Halbjahr 2004 bereits einen respektablen Umsatzanteil von **6,4 Prozent** am Gesamt-Musikmarkt. Der Ringtone-Umsatz betrug 2004 rund 364 Mio. Euro in Deutschland (2003: 247 Mio. Euro).<sup>2</sup> Auch 2005 sind die Umsätze erneut kräftig angestiegen. Für den Bereich Mobile Musik (ohne Ringtones) prognostiziert EITO einen Umsatz von **87 Mio.** Euro 2008 in Deutschland. Einzelne Klingeltöne haben es bereits an die Spitze der regulären Single-Charts geschafft. Unabhängig davon werden regelmäßig eigene Klingelton-Charts erhoben.

Tab. 1 Klingeltone-Charts, Dezember 2005

Platz	Titel	Publisher	Originalinterpret
1	First Day Of My Life	EMI Publishing	Melanie C.
2	Push The Button	Universal Publishing	Sugababes
3	My Humps	Global Chrysalis	Black Eyed Peas
4	Tripping	BMG Publishing	Robbie Williams
5	Durch den Monsun	BMG Publishing	Tokio Hotel

Quelle: Deloitte

### 3.3.2 Mobile Gaming

Im Segment Mobile Gaming lassen sich derzeit die höchsten Preise für Inhalte erzielen (vgl. Kapitel 3.3.5). Mit zunehmender technischer Weiterentwicklung der Endgeräte wird auch die Anzahl technisch anspruchsvoller Spiele zunehmen.

In Zukunft sollen verstärkt Netzwerkspiele auf dem Markt angeboten werden. Diese werden für zunehmenden Traffic auf den Mobilfunknetzen sorgen und damit für die Netzbetreiber zusätzliche Umsätze generieren.

Die Marktprognosen für Mobile Gaming sind dabei ebenfalls vielversprechend: Eine Studie von Screen Digest geht für 2010 von einem Umsatz von 1,3 Mrd. Euro in Westeuropa aus.<sup>3</sup> In Deutschland wurden 2004 laut Midray 107 Mio. Euro generiert.

#### Mehr Spiele für das Handy: 1,3 Mrd. Euro Umsatz für 2010 prognostiziert

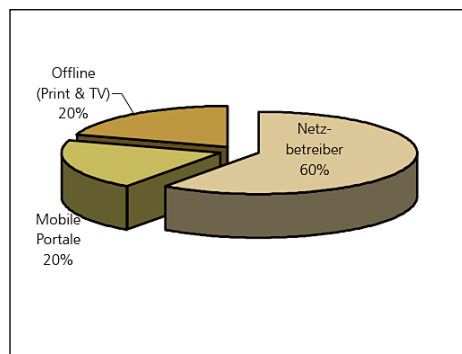
<sup>2</sup> Jupiter Research European Wireless Forecast 2004  
<sup>3</sup> Screen Digest

**Vermarktung der mobilen Spiele u.a. durch MNOs und unabhängige Anbieter**

Mobile Gaming ist somit einer der Hoffnungsmärkte der Content-Anbieter und ein (noch) neuer Markt für Produzenten. Vor allem kleine und mittelständische Unternehmen aus Europa und Asien veröffentlichen mobile Spiele, z.B. Handygames, Elkware und FDG (alle D), eFusion (UK), In-Fusio (F) und Comzus (Korea).

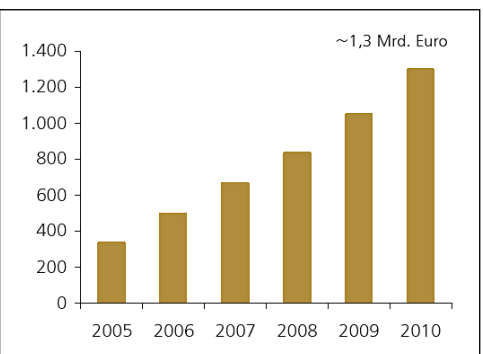
Viele etablierte Studios sind derzeit noch nicht auf dem Markt vertreten. Vermarktet werden die mobilen Spiele neben den MNOs vor allem durch unabhängige Anbieter wie Jamba!, Ringtone King und zed. Zunehmend beginnen die Games-Unternehmen auch mit der Eigenvermarktung.

**Abb. 7 Vertriebswege von Mobile Games in Deutschland 2004**



Quelle: MIDRAY 2004

**Abb. 8 Umsatzentwicklung Handyspiele Westeuropa bis 2010, in Mio. Euro**



Quelle: Screen Digest / Goldmedia

**Mobile Videos von Mobilfunkbetreibern u.a. über UMTS**

**3.3.3 Mobile Video**

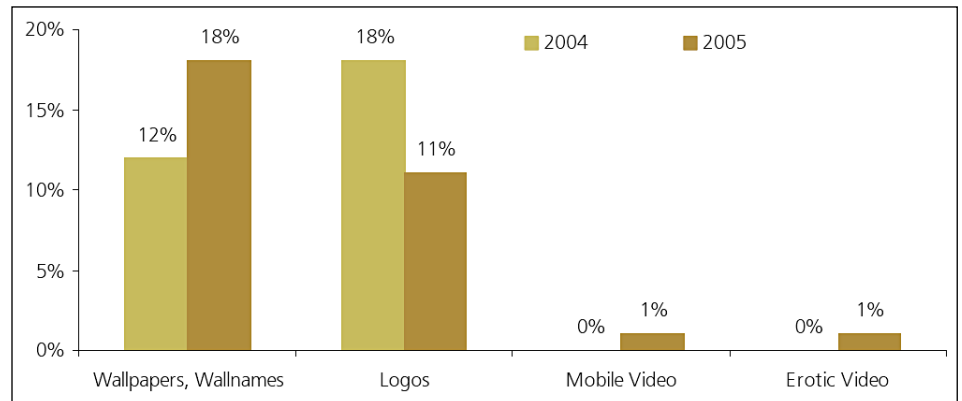
Mit einer typischen Cliplänge von drei Minuten werden mobile Videos von Mobilfunkbetreibern vor allem über UMTS angeboten. Hutchison vermeldete für sein Tochterunternehmen 3 UK insgesamt **10 Mio.** Downloads von Musik-Videos innerhalb von sechs Monaten zu einem Downloadpreis von je 1,50 GBP (2,20 Euro). Im Bereich Sport war das Interesse noch größer: Innerhalb einer Woche nach dem Start eines Fußball Video Services waren bereits 400.000 Downloads getätigt worden. Dabei hatte 3 UK zu diesem Zeitpunkt nur rund 2,5 Mio. Kunden.

In Frankreich konnte Orange bereits im Januar 2005 **500.000** Streaming-Services zählen, obwohl der Service nur über ein vergleichsweise langsames GPRS-Netzwerk abrufbar war. In den USA bietet der Netzbetreiber Sprint rund 600 zum Teil tagesaktuelle Videoclips und Audio-Inhalte an.

In Deutschland verteilen sich die Angebote von Videoclip-Downloads ähnlich wie bei Mobile Games auf die Netzbetreiber und die Mobile Entertainment-Vermarkter. Im Portfolio von Vodafone live! finden sich Clips der Sendermarken RTL, MTV, N24 sowie zusätzliche Videoclips aus den Bereichen Sport, Comedy, Erotik, Kino und Fun.

Im T-Zones Portal von T-Mobile sind neben einer einminütigen mobilen Ausgabe von RTL aktuell (0,69 Euro pro Abruf) einige Ausschnitte aus Kinofilmen sowie Folgen von MTV-Serien abrufbar. Dazu kommen noch thematische Clips aus unterschiedlichen Kategorien wie beispielsweise Sport, Erotik oder Tiere.

Abb. 9 Welche der folgenden Angebote haben Sie bereits heruntergeladen?

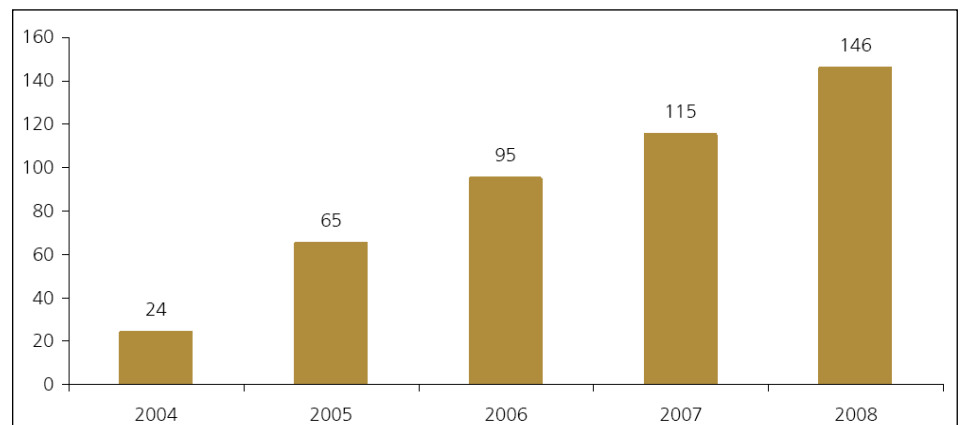


Quelle: Buongiorno, Dezember 2005, Basis: Zweistufige Befragung, 1. Qualitative Befragung 400 Personen in Europa, US und Südafrika, 2. Quantitative Befragung 4500 Personen in 5 europäischen Ländern

146 Mio. € Umsatz mit Mobile Video für 2008 erwartet

Durch die wachsende Anzahl von Mobilfunk-Endgeräten mit Video-Funktionalität werden die Umsätze im Segment Mobile Video weiter steigen. European Information Technology Observatory EITO erwartet für 2008 in Deutschland rund **146 Mio.** Euro Umsatz mit Mobile Video.

Abb. 10 Mobile Video Umsätze in Deutschland in Mio. Euro, EITO-Prognose bis 2008



Quelle: EITO 2005

### 3.3.4 Mobile TV

Mobile TV kann als die logische Weiterentwicklung von Mobile Video gelten. Live-Ausstrahlungen ohne Laufzeitbeschränkungen, wie sie aus dem stationären Fernsehen bekannt sind, bergen zweifelsohne ein größeres Zielgruppenpotenzial und wesentlich mehr Möglichkeiten zur Umsatzgenerierung als Videoclips.

Vodafone live! bietet in Deutschland das so genannte „Vodafone-MobileTV“ basierend auf der UMTS Technologie an. Zu den derzeit **24** ausgestrahlten Programmen gehören acht Live-Kanäle, darunter: n-tv, Eurosport, CNN-mobile, QVC, Wetter Fernsehen und Fashion-TV. Das Angebot wird um Ausschnitte u.a. aus den Programmen von RTL, SAT.1, Pro7, MTV, Nick und Extreme Sports ergänzt. Spezialkanäle wie Fußball, Comedy, Cinema TV, Kurzfilm TV und Previews von Serien komplettieren das Paket.

Das Mobile TV-Angebot kann innerhalb verschiedener UMTS-Tarife bislang ohne zusätzliche Kosten genutzt werden. Ab März 2006 wird Vodafone die Premiumprogramme ab 3 Euro/Monat für 60 Minuten Nutzung und darüber hinaus mit 0,75 Euro pro 5 Minuten tarifieren. Die Nutzung ausgewählter Basisprogramme bleibt kostenfrei.

Nach Unternehmensangaben haben im Juni 2005 etwa 100.000 Vodafone Kunden für insgesamt 1,8 Mio. Minuten dieses Angebot genutzt. Die Gesamtzahl der Vodafone UMTS-Handy-Kunden (ohne Datenkarten) lag dabei bei rund 410.000, d.h. etwa jeder fünfte UMTS-Nutzer

Derzeit 24 ausgestrahlte Programme über "Vodafone Mobile TV"

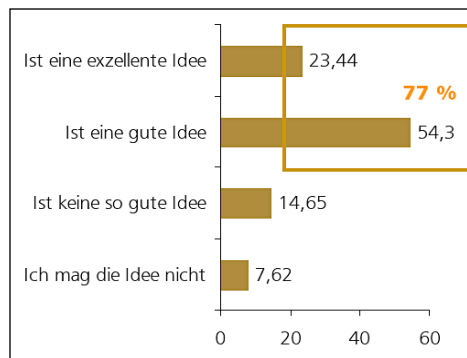
Hohe Akzeptanz von Mobile TV: 77% der Mobilfunknutzer

nahm das Mobile TVAngebot wahr und nutzte es im Durchschnitt 18 Minuten pro Monat. Im T-Zones Portal von T-Mobile ist das als „Handy TV“ verfügbare Angebot noch etwas eingeschränkter. Hier besteht Zugriff auf acht Programme, z.B. n-tv, DSF mobile, Cinema TV sowie Content der Pro-SiebenSat.1 Gruppe.

Für die Übertragung von Mobile TV in einem Massenmarkt sind UMTS-Netze technisch jedoch nicht geeignet, da sie auf Individualkommunikation und damit auf Point-to-Point-Verbindungen ausgelegt sind. Die Anzahl gleichzeitiger Empfänger innerhalb einer Zelle ist vor allem bei bandbreitenintensiven Diensten begrenzt, zudem erhöhen sich mit jedem Empfänger die Übertragungskosten. Eine kosteneffiziente Verbreitung von Bewegtbildinhalten lässt sich deshalb nur über digitale terrestrische Rundfunknetze sicherstellen. Diese basieren auf Broadcast-Technologie und können eine praktisch unbegrenzte Anzahl von Empfängern bedienen, wobei die Verbreitungskosten von der Nutzerzahl unabhängig sind. Der MBMS-Standard wird frühestens 2008 die Übertragung von Fernsehen über UMTSNetze günstiger machen.

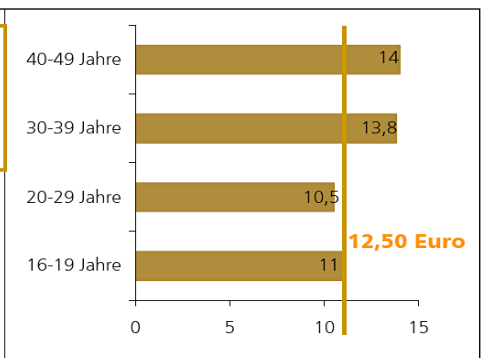
Die Akzeptanz von Mobile TV ist sehr hoch: Rund **77 Prozent** der Mobilfunknutzer können sich laut einer Befragung von BMCO in Berlin vorstellen, Mobile TV zu nutzen. Die Kernzielgruppe sind dabei Männer unter 30 Jahren, die prinzipielle Akzeptanz ist jedoch über alle demografischen Gruppen recht hoch. Im Durchschnitt wären die Nutzer bereit, bis **12 Euro** monatlich für Mobile TV auszugeben, zusätzlich zu den bisherigen Telefongebühren.

Abb. 11 Akzeptanz von Mobile TV in Deutschland 2004: Frage: „Was denken sie über Mobile TV?“



Quelle: Wahlberg, n=112

Abb. 12 Zahlungsbereitschaft in Deutschland 2004: Frage: „Wie viel wären Sie bereit zusätzlich zu Ihren Telefonkosten für Mobile TV auszugeben?“



Quelle: Sharp (2004)

3.3.5 Durchschnittliche Preise für Mobile Entertainment Content

Die durchschnittlichen Preise für Mobile Entertainment Content entsprechen in Deutschland weitgehend dem weltweiten Mittel. Durch die zunehmende Verfügbarkeit von Farbdisplays und verbesserten Technologien bei Klingeltönen sinken die Preise für schwarz-weiße Logos und monophone Klingeltöne. Farbige Spiele generieren die höchsten Umsätze pro Transaktion.

Sinkende Preise für s/w Logos und monophone Klingeltöne

Tab. 2

Ø Preise in Deutschland, 2004	
Logos / Bilder	Ø Preis [Euro]
Farbig	1,99
Schwarz-Weiß	1,49
<b>Klingeltöne</b>	
Monophone	1,99
Polyphone	2,49
<b>Spiele</b>	
Farbig	3,99
Schwarz-Weiß	2,99
<b>Mobile Video</b>	
Einmal. Anschauen	0,39
Download	1,99

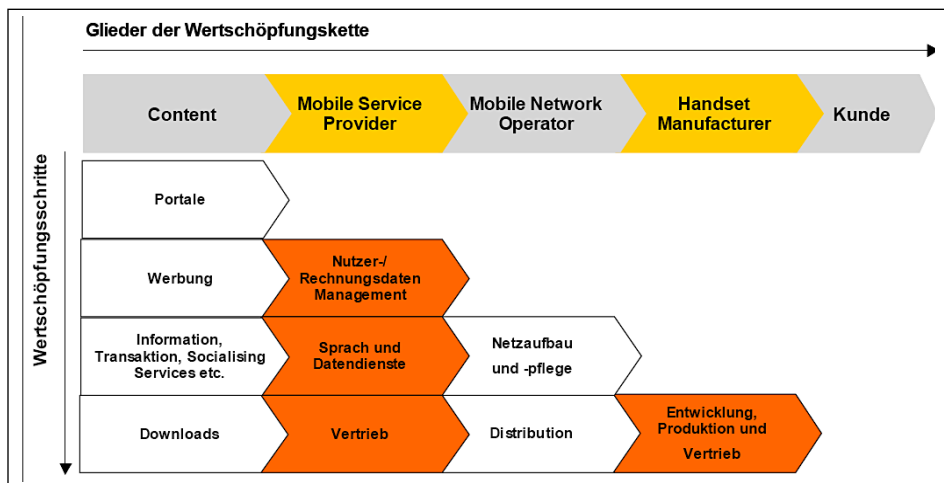
Tab. 3

Ø Preise weltweit, 2003 und 2004 im Vergleich			
Logos / Bilder	2003	2004	Varianz
	Ø Preis [Euro]		
Farbig	1,90	2,00	+
Schwarz-Weiß	1,40	1,30	-
<b>Klingeltöne</b>			
Monophone	1,50	1,30	-
Polyphone	2,30	1,30	+
<b>Spiele</b>			
Farbig	4,20	4,30	+
Schwarz-Weiß	3,40	3,00	-

### 3.4 Mobile Entertainment – die Wertschöpfungskette

Mobile Entertainment stellt besondere Anforderungen an die Kooperationsbereitschaft von Unternehmen aus bislang getrennten Märkten wie Medien und Mobilfunk. Kein Anbieter kann die komplexe Wertschöpfungskette komplett allein beherrschen, weil verschiedenste Kompetenzen benötigt werden, bspw. auf den Feldern Inhalteproduktion und -aggregation, Betrieb der Mobilfunkinfrastruktur und dem Handling der Endkundenbeziehungen.

Abb. 13 Wertschöpfungskette Mobile Entertainment



Quelle: Goldmedia

Die Wertschöpfungsstufe Content umfasst traditionelle Medienunternehmen, Portale und Aggregatoren sowie Unternehmen, die ausschließlich oder schwerpunktmäßig Inhalte für Mobile Entertainment Plattformen produzieren und distribuieren. Folgende große Unternehmen sind in Deutschland auf dieser Wertschöpfungsstufe aktiv: Jamba!, ZED, poptone.de (Universal) und handy.de (arvato mobile).

Mobile Service Provider entwickeln und implementieren mobile Applikationslösungen und operieren dabei zumeist auch als Mobile Entertainment Anbieter. Dazu zählen netzunabhängige Telekommunikationsunternehmen (debitel, Talkline), MVNOs (Tchibo, Aldi) und Technologieunternehmen (arvato mobile, Apollis, Gate5, Materna, Mecomo und wapme Systems AG). Die MNOs (O2, E-Plus, Vodafone, T-Mobile) verfügen über die physischen Netze und bieten Mobilfunkdienste an stellen ihre Infrastrukturen für unabhängige Telekommunikationsunternehmen und MVNOs bereit.

Endgerätehersteller (Handset Manufacturers) wie Nokia oder Motorola entwickeln und vertreiben Mobilfunkendgeräte.

## 4 Mobile Entertainment Berlin-Brandenburg

### 4.1 Medienmarkt Berlin-Brandenburg

Die föderale Struktur der Bundesrepublik Deutschland führt dazu, dass sich in Deutschland eine Reihe größerer Medienstandorte mit unterschiedlichen Schwerpunkten entwickelt haben. So haben in Berlin seit 2004 die Axel Springer AG, Deutschlands größtes Verlagshaus, sowie der TV-Sender Sat.1 ihren Sitz.

Zudem hat der internationale Medienkonzern Viacom MTV sowie die Sender der 2004 erworbenen VIVA Media AG in Berlin angesiedelt und expandiert weiter. Mittelfristig soll die Verwaltung von MTV Emerging Markets, die die Wachstumsmärkte in Osteuropa (Polen, Ungarn, Rumänien) und im Mittleren Osten (Israel, Ägypten) betreut, von London nach Berlin verlagert werden. Damit sind die wichtigsten Sender des deutschen Musik-TV-Marktes in Berlin angesiedelt. Zusammen mit dem Zuzug von Universal Music und dem Standortwechsel der Musikmesse PopKomm stellt Berlin insgesamt einen der wichtigsten Musikmarkt-Standorte in Deutschland dar.

Bereits im August 2003 begann in der Hauptstadtregion die vollständige Umstellung von terrestrischem analogem Fernsehen auf digitale Übertragung (DVB-T). Hier nimmt Berlin eine weltweite Vorreiterrolle ein, die sich beim Handyfernsehen über DVB-H fortsetzt.

Berlin ist darüber hinaus nach München der zweitgrößte Markt für externe Fernsehproduktionen – mit großen Studiokapazitäten in Potsdam-Babelsberg, in Adlershof (Studio Berlin) und in Tempelhof (Union-Film). Die UFA-Gruppe in Potsdam ist deutscher Marktführer im Bereich Film- und TV-Produktionen mit **320 Mio.** Euro Umsatz in 2003. Hinzu kommen mehrere hundert mittlere und kleine Film- und Fernsehproduktionsfirmen und Dienstleister. Etwa ein Viertel aller deutschen Film- und Fernsehproduktionen werden in der Region Berlin-Brandenburg hergestellt.

Im Gamesmarkt haben die im G.A.M.E.-Verband Berlin-Brandenburg zusammengeschlossenen Produktionsstudios eine in Deutschland einmalige Stellung. Auf dem digitalen Markt etabliert sich die Hauptstadtregion durch Firmen wie Ebay sowie Jamba! zunehmend.

### 4.2 Mobile Entertainment am Standort Berlin-Brandenburg

Im folgenden Kapitel soll die Frage untersucht werden, welche Unternehmen in Berlin Brandenburg bereits am Wachstumsmarkt Mobile Entertainment partizipieren. Welchen Stellenwert hat der Berlin-Brandenburgische Mobile Entertainment Markt im nationalen Vergleich?

Selbstverständlich sind die in der Region ansässigen traditionellen Medienunternehmen auf dem Markt für Mobile Entertainment aktiv. Insbesondere die Musikunternehmen und Fernsehsender bzw. Produzenten steigen in den Markt für Mobile Entertainment ein bzw. bieten ihre Inhalte über Kooperationen auf unabhängigen Portalen an.

- So ermöglichen bspw. die Grundy-UFA TV Produktions GmbH und RTL interactive GmbH im Rahmen von Vodafone Mobile-TV den GZSZ-Fans ein tägliches Preview der Serie.
- MTV kooperiert mit Vodafone und bietet den MTV Mobile Music Shop an. Auf der Website mtv.de werden zudem Klingeltöne, Realtones und Games für Handys angeboten. Vorrangig arbeitet MTV mit Mobile Entertainment-Providern zusammen, um deren Inhalte zu vermarkten (z.B. handy.de, Vodafone MobileTV). MTV mobile, die mobile Version des Musiksenders, bietet News und Infos, die Highlights aus den populärsten MTV-Shows, die MTV Charts und Musik.
- Universal betreibt mit popstone.de eine eigene Plattform für Mobile Entertainment (Ringtones/Realtones, Logos, Bilder, Spiele).
- Auch die in Berlin ansässigen Fernsehsender bieten zu ihren TV-Marken jeweils die passenden Klingeltöne, Logos und Bilder an. Zudem vermarkten sie ihre Inhalte über Vodafone MobileTV (z.B. Verliebt in Berlin) und T-Mobile Handy TV.

Wichtige Sender des deutschen Musik-TV-Marktes in Berlin-Brandenburg

Berlin zweitgrößter deutscher Markt für externe TV-Produktionen

Klassische Unternehmen steigen in Markt für Mobile Entertainment ein

**30 Unternehmen in Berlin-Brandenburg mit Mobile Entertainment Content**

Das Kerngeschäft der traditionellen Medienunternehmen liegt jedoch nicht im Mobile Entertainment Bereich. Im Folgenden soll deshalb ein Blick auf diejenigen Unternehmen geworfen werden, die schwerpunktmäßig Applikationen und/oder Inhalte für Mobile Entertainment entwickeln bzw. vermarkten.

**Die Akteure in Berlin-Brandenburg**

Einen Status Quo für den Mobile Entertainment Kernmarkt in der Region Berlin-Brandenburg zu formulieren, gestaltet sich nicht nur wegen der Überschneidungen in der Wertschöpfungskette schwierig. Der Markt befindet sich in der Aufbauphase und ist stetigen Veränderungen unterworfen. Neue Unternehmen werden gegründet, bestehende erweitern ihr Kerngeschäft auf den Bereich Mobile Entertainment, manche Start-Ups mussten ihre Geschäftstätigkeit bereits wieder aufgeben (z.B. Miqee, mpresso). Verwirrung stiftet darüber hinaus die bisweilen inflationäre Verwendung des Begriffs Mobile Entertainment für verschiedenste Angebotsarten.

In Berlin-Brandenburg konnten durch Goldmedia **30 Unternehmen** identifiziert werden, die schwerpunktmäßig Mobile Entertainment Content produzieren und anbieten bzw. entsprechende Applikationen entwickeln. Die Unternehmen werden in folgende Kategorien unterteilt:

- Mobile Applikationsentwicklung,
- Mobile Contententwicklung,
- Games und
- Sonstige.

Bei Überschneidungen wurden die Unternehmen nach ihren Schwerpunkten einer Kategorie zugeordnet. Folgende Tabelle gibt einen Überblick über die Marktakteure in der Region Berlin-Brandenburg.

**Tab. 4 Überblick Marktakteure**

Quelle: Goldmedia, Februar 2006

Mobile Applikations- u. Softwareentwicklung	Mobile Content-Entwicklung	Games	Sonstige
Avero	BERLINCALLIN* Content Marketing	bit-side GmbH	CLA (Lizenzhaus)
CST concepts GmbH	Buongiorno Deutschland GmbH	Bytedefenders	pPreview digital design GmbH(Design)
Contcast GmbH	E-Plus Unlimited (E-Plus Service GmbH & Co.KG)	Exozet Games GmbH/ Exozet Entertainment	Tangens GmbH (MSP)
Gate5 AG	freshmilk GmbH	GD GameDuell GmbH	<b>Foren / Netzwerke</b>
LOMEX Media GmbH	Icon Impact GmbH	Ojom GmbH	Alcatel SEL Stiftungs-Verbundkolleg Berlin
Medienmotor	Jamba! AG		bmcoforum e.V. i.Gr
Neva Media GmbH	MicroMovie Media GmbH		Innovationsforum nonlineare Medien
nova media Mobile Data Solutions GmbH	MovieMind International Ltd.		
Q.I.U. Software Solutions GmbH	Motor Music GmbH & Co. KG		
Sony NetServices GmbH	Trend Network AG		
Visono AG	Yoc AG		

Die größten Player im Mobile Entertainment Markt Berlin-Brandenburg sind Jamba! und Buongiorno. Beide wurden gemäß ihrem Schwerpunkt als Inhalteproduzenten eingeordnet, entwickeln aber darüber hinaus auch mobile Applikationen.<sup>4</sup>

Jamba! ist nach eigenen Angaben ein führender Anbieter mobiler Contentdienste in Europa. Das Unternehmen erreicht mehrere Millionen Endkunden in neun europäischen Ländern durch Distributions- und Abrechnungsbeziehungen mit Mobilfunkbetreibern wie Vodafone, T-Mobile und KPN. Jamba ist spezialisiert auf Inhalte für das mobile Internet und für Mobilfunk-Nutzer,

<sup>4</sup> Detaillierte Unternehmensprofile von Jamba! und Buongiorno sind im Anhang zu finden.

**Jamba!**

darunter Klingeltöne, Spiele, Bilder und Logos. Seit Oktober 2005 wird Jamba-TV betrieben, ein Shopping-Kanal für Handyspiele, Klingeltöne und Musik, der über Satellit (Astra Digital) ausgestrahlt wird. Derzeit beschäftigt die im Jahr 2000 gegründete Firma **490 Mitarbeiter** in Berlin und belegt damit im IHK-Ranking „Die 100 größten Arbeitgeber der Berliner Wirtschaft“ (Stand Januar 2006) Platz 85.

**Buongiorno Deutschland**

Die **Buongiorno Deutschland GmbH** gehört zur Buongiorno Vitaminic S.p.A., einem multinationalen Medienunternehmen im Bereich multimedialer Content und mobile Mehrwertdienste für Handys und digitale Kanäle. Buongiorno wurde 1995 gegründet und fusionierte 2003 mit Vitaminic S.p.A., Unternehmenssitz ist Mailand/Italien. Buongiorno Vitaminic bietet zahlreiche Inhalte an: über 10.000 Töne (Ringtones, Truetones, Videotones, Ringbacktones), mehr als 15.000 Bilder, über 120 SMS/MMS Services (News, Unterhaltung, Chat), mehr als 100 WAP/IModes Seiten, über 2.000 Video-Clips sowie 150 Multimedia Games und über 210.000 Musiktitel. 2001 wurde die Buongiorno Deutschland GmbH gegründet. Mobile Inhalte sind vorrangig über die von Buongiorno betriebenen Webseiten <http://uk.blinko.com> und <http://mobile.peoplesound.com/> abrufbar.

**Freshmilk**

Ein kleineres, aber bereits etabliertes Unternehmen ist zum Beispiel die **Freshmilk GmbH**. Als Full-Service-Dienstleister für Video, Web, Mobile und Printformate bietet Freshmilk Business-TV-Lösungen, Handy-TV-Lösungen, Interaktive Spots, Motion Graphics und TV-Design, Webspots, Image- und Industriefilme an.

**MicroMovie Media**

Eine weitere, ganz auf Handyvideos und Handyfilme spezialisierte Produktionsfirma ist **MicroMovie Media** mit Sitz in Potsdam-Babelsberg. MicroMovie konzentriert sich auf die kreative Konzeption und Umsetzung von innovativen Mobile-Video Formaten.

**Mobile Games:  
Bit-Side ...**

Aber auch die Mobile Games-Branche ist mit fünf Anbietern hervorzuheben: So konzipiert und entwickelt das bereits etablierte Berliner Unternehmen **Bit-Side** innovative digitale Inhalte für Mobiltelefone in vielfältigen Anwendungsbereichen. Über mobile Spieleanwendungen hinaus werden kreative Lösungen in den Bereichen Mobile Foto, Video und Audio angeboten.

**... Broadcast Mobile  
Convergence ...**

Eine Vorreiterrolle hat Berlin-Brandenburg zudem bei der Entwicklung von Mobile TV über DVB-H. So wurden u.a. im Rahmen des Joint Ventures **Broadcast Mobile Convergence (bmco)** unter Federführung von Vodafone, Nokia und Philips seit 2004 zahlreiche technische Pilotversuche und Akzeptanztests durchgeführt. Die Aktivitäten werden heute im bmco forum mit Sitz in Berlin fortgeführt. Ziel dieses internationalen Forums ist die Schaffung einer Plattform für Mobile Broadcast Services, welche die Interessen von Firmen aus diesem Segment gegenüber der Politik vertritt und die technische wie inhaltliche Entwicklung von Mobile TV weiter vorantreibt.

**... und Neva Media**

Aus diesem Umfeld ging u.a. die Neugründung der **Neva Media GmbH** hervor, finanziert durch einen am Standort ansässigen VC, die Hasso Plattner Ventures. Weiterhin gibt es zwei universitäre Netzwerke:

**Weitere Netzwerke**

- Das „Innovationsforum nonlineare Medien“ vom digital media institute (dmi) der Hochschule für Film und Fernsehen „Konrad Wolf“ in Potsdam. Es hat sich zur Aufgabe gestellt, die Innovations- und Entwicklungspotenziale der Medienregion Berlin-Brandenburg mit Fokus auf dem Zukunftsthema „mobile Unterhaltungsformate“ zusammenzuführen. Ziel dieses Forums ist das Aufspüren, Beschreiben und Evaluieren von Potenzialen zukünftiger Entwicklungen für mobile Abspielplattformen. Es soll ein Netzwerk von wissenschaftlichen und industriellen Medieneinrichtungen geschaffen werden, das innovative Entwicklungen im Bereich nonlinearer, interaktiver digitaler Medien anstößt, Expertisen am Standort bündelt und Forschungsbedarf der beteiligten Einrichtungen identifiziert.
- Das Alcatel SEL Stiftungs-Verbundkolleg Berlin wurde 2001 gegründet. Es forscht zum Themenbereich Informationsgesellschaft. Im interdisziplinären Rahmen werden hochschulübergreifend Lehrveranstaltungen, Kolloquien, Vorträge, Hearings, und Konferenzen angeboten.

## Fazit

Berlin-Brandenburg ist einer der wichtigsten Mobile Entertainment Standorte Deutschlands. Die Verteilung der Unternehmen zeigt, dass dies sowohl für den Entwicklungs- als auch für den Content-Bereich gilt. Durch die Marktstellung von Jamba! und Buongiorno und den Einstieg der klassischen Medienunternehmen – die, wie bereits erwähnt, auf eigenen Plattformen bzw. als Kooperationspartner für unabhängige Portale Mobile Entertainment Inhalte anbieten – nimmt der Mobile Entertainment-Standort Berlin-Brandenburg insbesondere im Content-Bereich eine führende Rolle im nationalen Vergleich ein.

Allein durch Jamba! ist das Gewicht Berlins in der deutschen Mobile Entertainment-Branche gesichert: Das Unternehmen erreichte 2004 mit 75 Mio. Euro einen Jahresumsatz, der 12 Prozent des Gesamtmarkts entsprach.

Darüber hinaus werden durch die vorhandenen klassischen Medienunternehmen und die großen Mobile Entertainment-Unternehmen im Berlin-Brandenburgischen Markt Neuansiedlungen vor allem im Bereich der Softwareentwicklung gefördert.

## Quellenverzeichnis

### **BITKOM (2005)**

Daten zur Informationsgesellschaft – Status quo und Perspektiven Deutschlands im internationalen Vergleich. Berlin: Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V.

### **Bundesnetzagentur (2005)**

Jahresbericht 2004 der Regulierungsbehörde für Telekommunikation und Post gemäß §122 TKG. Bonn: Bundesnetzagentur

### **Buongiorno (2004)**

TEENAGE VASLAND. URL: [http://x.jmailer.com/uk/attachments/vasland\\_final.pdf](http://x.jmailer.com/uk/attachments/vasland_final.pdf) [Stand: 20.01.06]

### **Dialog Consult/ VATM (2005)**

Siebte gemeinsame Marktanalyse zur Telekommunikation. Köln: VATM

### **EITO (2005)**

European Information Technology Observatory 2005. Studienreihe der European Economic Interest Grouping. Berlin: EEIG

### **GfK Panel Services (2004)**

Klingeltöne dominieren den Markt. URL: <http://www.gfk.de> [Stand: 11.11.05]

### **MIDRAY (2004)**

Entertainment „to go“ – Mobile Entertainment aus Anbieter-Sicht.  
URL: [http://web1.blm.de/apps/documentbase/data/de/bettina\\_kopetschke.pdf](http://web1.blm.de/apps/documentbase/data/de/bettina_kopetschke.pdf) [Stand: 20.01.06]

### **Netsize Guide (2004)**

Developing the Multimedia Mobile Market.  
URL: <http://www.netsize.com/?id=5&sid=1> [Stand: 20.01.06]

### **Screen Digest (2004)**

Wireless Gaming. Operator strategies, global market outlook and opportunities for the games industry. London: Screen Digest Ltd.

### **Sharp, Richard (2004)**

Mobile TV to Mass Market.  
URL: [www.nokia.com/aboutnokia/press/nmc2004/presentations/RichardSharp-NMCo4.pdf](http://www.nokia.com/aboutnokia/press/nmc2004/presentations/RichardSharp-NMCo4.pdf) [Stand: 21.03.05]

### **Solon (2004)**

Mobilfunk Deutschland 2010.  
<http://www.solon.de/index.php?compareFlash=true&pagelanguage=de> [Stand: 20.01.06]

### **Wahlberg, Goran (2004)**

TV Broadcast for Personal Handheld Devices.  
URL: [www.digitag.org/events/Vicenza/Wahlberg.pdf](http://www.digitag.org/events/Vicenza/Wahlberg.pdf) [Stand: 08.03.05]

# Anhang: Akteure im Mobile Entertainment Markt Berlin-Brandenburg

Im Folgenden werden die zwei größten Unternehmen aus dem Bereich Mobile Entertainment kurz portraitiert.



## Jamba! AG

Jamba! ist nach eigenen Angaben ein führender Anbieter mobiler Contentdienste in Europa. Das Unternehmen erreicht mehrere Millionen Endkunden in neun europäischen Ländern durch Distributions- und Abrechnungsbeziehungen mit Mobilfunkbetreibern wie Vodafone, T-Mobile und KPN.

Die amerikanische Telekom- und Internet-Dienstleistungsfirma VeriSign, übernahm im Mai 2004 das Berliner Unternehmen Jamba! für 273 Millionen US-Dollar. Die Gründer des Klingelton-Händlers Jamba GmbH verließen im Dezember 2005 das Unternehmen und bleiben bis Juni 2006 als Berater tätig. Neue Geschäftsführer sind Markus Berger-de León und Dirk Hoffmann. Jamba! ist spezialisiert auf Inhalte für das mobile Internet und für Handy-Nutzer, darunter Klingeltöne, Spiele, Bilder und Logos. Seit Oktober 2005 wird Jamba-TV betrieben, ein Shopping-Kanal für Handyspiele, Klingeltöne und Musik, der über Satellit (Astra Digital) ausgestrahlt wird. Zusätzlich vertreibt Jamba! PC-Spiele und Handyversicherungen. Jamba! will im ersten Quartal 2006 ein eigenes Portal für Musik-Downloads starten. Jamba! kooperiert mit führenden Contentherausgebern und einer Vielzahl von Softwareentwicklern.

Als vorrangiges Erlösmodell bietet Jamba! ein Sparabo an. Je nach Paket können mehrere Klingeltöne oder Logos usw. zu einem geringen Gesamtpreis abrufen werden.

Seit 2005 betreibt Jamba! die Zweitmarke Ringtoneking.de in Deutschland. Das Tochterunternehmen Lorena Medienagentur GmbH wird ebenfalls von Markus Berger-de León und Dirk Hoffmann sowie von Paul B. Hudson und James M. Ulam geleitet.

Die Auslandsmarke außerhalb Europas und in Großbritannien heißt Jamster!. Jamba! betreibt international **17 Portale** u.a in Australien, Belgien, Dänemark, Norwegen und den USA.

Derzeit beschäftigt die im Jahr 2000 gegründete Firma **490 Mitarbeiter** und belegt damit im IHK-Ranking „Die 100 größten Arbeitgeber der Berliner Wirtschaft“ (Stand Januar 2006) Platz 85.

2004 erzielte die Jamba! AG einen Jahresumsatz von **75 Mio.** Euro. Damit erreicht Jamba! rund 12 Prozent des Gesamtumsatz im Mobile Entertainment Bereich (Klingeltöne, Logos, Games, Videos) in Deutschland.

**490 Mitarbeiter**  
**17 Portale international**  
**12% des deutschen Gesamtumsatzes Mobile Entertainment**





500 Mitarbeiter insgesamt  
81,1 Mio € Umsatz in 2003

### Buongiorno Deutschland GmbH

Die Buongiorno Deutschland GmbH gehört zur Buongiorno Vitaminic Spa (Italien, NM tech-STAR, ticker: BVIT). Buongiorno Vitaminic SpA ist ein italienisches multinationales Medienunternehmen im Bereich multimedialer Content und mobile Mehrwertdienste für Handys und digitale Kanäle. Buongiorno wurde 1995 gegründet und fusionierte 2003 mit Vitaminic S.p.A., Unternehmenssitz ist Mailand/Italien.

Im Jahr 2004 stieg der Konzernumsatz auf **81,1 Mio. Euro** und lag somit 54 Prozent über dem Umsatz des Geschäftsjahres 2003 (52,67 Mio. Euro). Der konsolidierte Ebitda erhöhte sich gegenüber dem Vorjahr (518.000 Euro) um rund das Zwölfwache auf 6,2 Millionen Euro.

Buongiorno Vitaminic ist in zwei Geschäftsfeldern tätig: Mehrwertdienste für die Nutzer von fester und mobiler Telefonie (Consumer Services) und Digitale Marketing-Services. Buongiorno betreibt folgende Seiten: <http://web.thelab.tv>, [www.vitaminic.co.uk](http://www.vitaminic.co.uk). Mobile Inhalte sind vorrangig über <http://uk.blinko.com> und <http://mobile.peoplesound.com/> abrufbar.

Circa **500** Mitarbeiter aus 20 verschiedenen Ländern sind bei Buongiorno insgesamt beschäftigt. Buongiorno Vitaminic ist in Europa (Italien, Großbritannien, Spanien, Frankreich Deutschland und Österreich), in Lateinamerika (Mexiko) sowie in den USA mit lokalen Niederlassungen vertreten. In vielen anderen Ländern wie Portugal, Schweiz, Griechenland, Polen, Kroatien, Kuwait, den Vereinigten Arabischen Emiraten, Thailand, Südafrika und Australien ist das Medienunternehmen durch Vertriebspartnerschaften mit führenden Mobilfunkanbietern oder Medienunternehmen tätig.

Buongiorno Vitaminic hält Partnerschaften mit Telefongesellschaften wie Vodafone, Tim Telecom Italia Mobile, Telefónica, SFR, MMO2 und T-Mobile und mit Medienunternehmen wie Endemol, Televisa-EsMas und der Prisa Group. Der Buongiorno Vitaminic Katalog enthält zahlreiche freigegebene Inhalte: Über 10.000 Töne (Ringtones, Truetones, Videotones, Ringbacktones), mehr als 15.000 Bilder (inklusive der Corbis Bilder), wie die Comic Figuren von South Park (MTV Networks International), Spiderman 2 (Sony Pictures), Garfield (Go Comics) und der Rosarote Panther (MGM), über 120 SMS/MMS Services (News, Unterhaltung, Chat), mehr als 100 WAP/IModes Seiten, über 2.000 Video-Clips wie die "Happy Tree Friends" Serien und StaTrek, 150 Multimedia Games, wie Death Row und Inuyasha und über 210.000 Musiktitel.

In 2001 wurde die Buongiorno Deutschland GmbH gegründet. Managing Director Marketing Services der Buongiorno Deutschland GmbH ist Carsten Diepenbrock.

The screenshot shows the Buongiorno website interface. At the top, there is a navigation menu with links: About Buongiorno, Mobile Products, Marketing Services, Investor Relations, Press Room, and Contact us. Below the menu, there are two main content areas. On the left, under 'BUONGIORNO IN THE PRESS', there are two news items: 'Buongiorno, sharp first quarter growth: revenues up 81% and EBITDA 195%. Net Income amounted to Euro 2 million ... GO' and 'Buongiorno launches version 4.0 of its Digital Marketplace technology platform B13A ... GO'. On the right, under 'WHO IS BUONGIORNO?', there is a globe icon and text describing the company's global presence and business lines. Below this, it states 'BUONGIORNO S.p.A. is listed on the MTAX market of the Italian Stock Exchange under the STAR segment with the ticker: BNG.' At the bottom of the screenshot, there is a 'BUONGIORNO GROWTH STORY' section with a blue background and the text '2001: acquisition of MyAlert.com'. The footer of the page contains 'Privacy policy | © BUONGIORNO S.p.A. 2005'.

## Unternehmen Mobile Entertainment in Berlin-Brandenburg

Firmenname	Bereich	Sitz	Geschäftsführung	Mitarbeiter	Gründung / Umsatz 2004	Hauptgeschäftsfeld	Referenzkunden
<b>Alcatel SEL Stiftungs-Verbundkolleg Berlin</b> www.verbundkolleg-berlin.de	Universitäres Netzwerk (TU-Berlin, HU Berlin, TFH Berlin, HFF Konrad Wolf, Universität Potsdam)	Berlin			2001	Kolloquien, Vorträge, Hearings, Konferenzen, Publikationen im Themenbereich Informationsgesellschaft	
<b>Avero</b> www.avero.de	mobile Applikationsentwicklung	Berlin	Anne Cathrin Beer, David Goldammer			Applikationen für Inter- und Intranet, Terminals und mobile Endgeräte	Bundeszentrale für politische Bildung, rbb, ARD
<b>BERLINCALLIN' Content Marketing GbR</b> www.berlincallin.com/de	mobile Contententwicklung	Berlin	Tom Lang, Mark Dare Schmiedel, Julia Snyder		2006	vermarktet visuelles und audiovisuelles Material für die mobile Verwendung und fürs Internet an die Industrie	
<b>bit-side GmbH</b> www.bit-side.com	mobile Applikationsentwicklung, Games (Middleware)	Berlin	Thomas Brenner	25	2000	Applikationsentwicklung: Mobile Multiplayer Games, Mobile Singleplayer Games, Location Based Entertainment, Innovative Kiosk Software, Virtual und Augmented Reality Applications	T-Mobile, Jamba, Debitel, THQ
<b>bmcoforum e.V. i.Gr</b> www.bmco-berlin.com	Broadcast Mobile Convergence Forum	Berlin	Vorsitz: Dr. Bernd Wiemann			Unternehmensforum, das den Markt für mobile Rundfunkdienste öffnen will	
<b>Buongiorno Deutschland GmbH / Buongiorno Vitaminic SpA</b> www.buongiorno.com	mobile Applikations- und Contententwicklung (Backend-Services)	Berlin	Carsten Diepenbrock	500 (gesamt)	2001 81,1 Mio. Euro (gesamt)	multimedialer Content für Telefonie und digitale Kanäle, mobile Mehrwertdienste, Games-Publishing, Mobile-Backend-Services, Anbieter Mobile-Bild/Film, Klingeltonanbieter, Entwicklerstudio	Coca-Cola, Masterfoods und Gillette, Vodafone Group, Tim Telecom Italia, Telefónica, SFR, MMO2, T-Mobile, Endemol, Televisa-EsMas und Prisa Group
<b>Bytedefenders</b> www.bytedefenders.com	mobile Applikationsentwicklung, Games	Berlin	Markus Glasmeier		2002	individuelle Mobile Game-Entwicklung, Distribution	
<b>CLA</b> www.cla-online.de	Lizenzhaus für digitale Nutzungs- und Verwertungslizenzen	Berlin	Dr. Peter von Ondarza		1999	Partner von Visono. CLA ist ein Lizenzhaus und Rechtemakler, u.a. spezialisiert auf Mobile & Internet (Musik & Film)	
<b>CST concepts GmbH</b> www.cst-concepts.de	mobile Applikationsentwicklung (Backend-Services)	Berlin	Dr. Dieter Wendisch			Lösungen für mobile und multimediale Netzwerke	Alcatel, Bosch, Deutsche Telekom

Firmenname	Bereich	Sitz	Geschäftsführung	Mitarbeiter	Gründung / Umsatz 2004	Hauptgeschäftsfeld	Referenzkunden
<b>Contcast GmbH</b> www.contcast.de	Softwareentwicklung / DVB-T Einführung	Berlin	Bernd Curanz, Stephan Skrodzki			neue iTV-Formate und mobile Dienste, z.B. face-to-face®, erster PayTV-Service via DVB-T	Einführung von DVB-T in Berlin Brandenburg
<b>E-Plus Service GmbH &amp; Co.KG / E-Plus Unlimited</b> www.eplus-unlimited.de	Mobile Content	Potsdam	gehört zu 100 % zur E-Plus Mobilfunk GmbH (Düsseldorf)			Klingeltöne, Logos, Mobile Games	
<b>Exozet Games GmbH/ Exozet Entertainment GmbH</b> www.exozet-entertainment.de	mobile Applikationsentwicklung, Games	Potsdam	Frank Zahn		1995 Gründung Exozet - Ausgründung Exozet Entertainment / 1,8 Mio. Euro(2003)	digitale Entertainment-Anwendungen, Mobile-Games, interaktive TV-Formate und 3D-Animationsprodukte	Axel Springer
<b>freshmilk GmbH</b> www.freshmilk.de	Contentaufbereiter, Bild/Film	Berlin	Kai Wermer	10	2000	Full-Service-Dienstleister für Video, Web, Mobile und Printformate	Germanwings, Vodafone, VW
<b>GD GameDuell</b> www.gameduell.de	Games (keine Entwicklung)	Berlin	Kai Bolik, Michael Kalkowski, Boris Wasmuth	25	2003	Gamesportal, vorrangig Internet, auch für Handys	
<b>Gate5 AG</b> www.gate5.de	mobile Applikationsentwicklung, Navigation	Berlin	Michael Halbherr	60		Navigations-Software, Entertainment durch Community-Elemente wie Positions-SMS auf einer "Fun-Geo-Plattform"	
<b>Icon Impact GmbH</b> www.icon-impact.de	mobile Applikations- und Contententwicklung	Berlin	Gerrit Müller, Philipp Zwez, Heinz Kierchhoff			innovative Entertainment-Formate, interaktive Einbindung des Mobiltelefons	
<b>Innovationsforum nonlineare Medien</b> http://innovationsforum.hff-potsdam.de/	Universitäres Netzwerk (dmi digital media institute, Hochschule für Film und Fernsehen „Konrad Wolf“)	Potsdam	Projektleitung: Prof. Ulrich Weinberg			Innovations- und Entwicklungspotenziale der Medienregion Berlin Brandenburg mit dem Fokus auf das Zukunftsthema "mobile Unterhaltungsformate" zusammenführen	

Firmenname	Bereich	Sitz	Geschäftsführung	Mitarbeiter	Gründung / Umsatz 2004	Hauptgeschäftsfeld	Referenzkunden
<b>Jamba! AG</b> www.jamba.de	mobile Applikations- und Contententwicklung	Berlin	Markus Berger-de León, Dirk Hoffmann	520	2000 75 Mio. Euro	Distribution von mobilem Content	
<b>LOMEX Media GmbH</b> www.lomexmedia.de	mobile Applikationsentwicklung	Berlin	Christian Lang		2002	Konzeption, Entwicklung, Redaktion und Vermarktung mobiler Lifestyle Medieninhalte (Adult Bereich)	Vodafone, Sat.1, Bild.de, RTL.de, GMX, Bauer Media
<b>Medienmotor</b> medienmotor.de	Multimedia Agentur für die Implementierung und den Betrieb digitaler Verkaufslösungen	Berlin	Philipp Schlüter		2000	Partner von Visono. Spezialisierung auf Implementierung, Betrieb von Verkaufslösungen für digitale Medien	O2, Radio Hamburg, Fiscali, Konferenz der Landesfilmdienste, EWETEL
<b>MicroMovie Media GmbH</b> www.micromovie.de	mobile Applikations- und Contententwicklung, Film	Potsdam	Dr. Jasdan Bernward Joerges, Patrick Winczewski		2004	Entwicklung und Vermarktung von Video-Contents für den Mobilfunk	
<b>MovieMind International Ltd.</b> moviemindinternational.com	Contentaufbereiter- und vermittler, Bild/ Film, Mobile-Bild/Film,	Berlin	Lars C. Arnold		2005	Drehbuchservice, Filmproduktion, Künstleragentur, Mobile-Content-Aufbereiter, TV-Produktion	
<b>Motor Music GmbH &amp; Co. KG</b> www.motor.de	Content, Musik	Berlin	Petra Husemann-Renner		2004	noch nicht im Mobile Bereich tätig, aber Investition in neuartige Vertriebswege und Kommunikation.	
<b>Neva Media GmbH</b> www.neva-media.de	mobile Applikationsentwicklung	Berlin	Paulus Neef		2005	Entwickler und Betreiber für mobile Transaktionsdienste, mobile TV	
<b>nova media Mobile Data Solutions GmbH</b> www.novamedia.de	Softwareentwicklung	Berlin			1996	mobile Data Solutions	Vodafone, T-Mobile, Palm, Sony Ericsson

Firmenname	Bereich	Sitz	Geschäftsführung	Mitarbeiter	Gründung / Umsatz 2004	Hauptgeschäftsfeld	Referenzkunden
<b>oJom GmbH</b> www.ojom.com	mobile Applikationsentwicklung, Games	Berlin	Paul Hudson, Jim Ulam			Mobile Games Entwicklung	
<b>pPreview digital design GmbH</b> www.pre-view.de	Digitales Design	Berlin	Tanja Tiezmann			Entwicklung innovative Gestaltungskonzepte und -produktionen für Interfacesdesign, TV/Motiongraphics, New Media Environments und Digital Culture	O2, Sony Europe GmbH, Pixelpark AG, Gate5 AG,
<b>Q.I.U. Software Solutions GmbH</b> www.qiu-technology.com	mobile Applikationsentwicklung (Middleware)	Berlin	Dr. Silvia Kienberger		2004	Marke TOUCH MOBILE Interactive™ innovative Lösungen für interaktives Handy TV und TV ähnliche mobile Broadcast Dienste.	Vodafone
<b>Sony NetServices GmbH</b> www.sonymetservices.com	mobile Applikations- und Contententwicklung (Backend-Services)	Berlin	Managing Director & Senior Vice President: Robert Ashcroft; Managing Director & CTO: Dr. Thomas Nemetz,			creates, develops and operates innovative content services for various media platforms such as mobile phones, home entertainment equipment, PCs.	
<b>Tangens GmbH</b> www.tangens.com	Mobilfunkserviceprovider	Potsdam	Michael Artschwager	42 (inkl. Call-Center und Shop)	1999	MSP	
<b>Trend Network AG</b> www.trend-network.de	mobile Applikations- und Contententwicklung	Potsdam	Dr. Reinhard Wartenberg			entwickelt Mediendienste für mobile, portable und stationäre Anwendungen (Fahrgast-TV)	
<b>Visono AG</b> www.visono.de	Softwareunternehmen für Media Asset Management Lösungen	Berlin	Alexander von Löbbecke, Dr. Peter von Ondarza, Philipp Schlüter	15	1999	Visono richtet schlüsselfertige Shop- und Verwaltungslösungen für den Vertrieb und die Abrechnung von Mobile (MMS) Content ein	Beate Uhse TV
<b>Yoc AG</b> www.yoc-ag.de	mobile Contentaufbereiter	Berlin	Richard Malley		2000	Mobile-Content-Aufbereitung, Mobile und Digital Marketing Kampagnen	Coca-Cola, Johnson & Johnson, Nike, Masterfoods, Nintendo, Bacardi, Jägermeister

## Adressen

### Alcatel SEL Stiftungs-Verbundkolleg Berlin Projektbüro

Leiter Geschäftsstelle Information:  
Prof. Dr. Klaus Rebensburg  
c/o TU Berlin, Sekr. IK,  
Raum EN 051  
Einsteinufer 17d  
10587 Berlin  
Tel.: +49 (0)30-314-267-61  
Fax: +49 (0)30-314-259-86  
office@verbundkolleg-berlin.de  
www.verbundkolleg-berlin.de

### avero GbR

Man. Director: David Goldammer  
Kiehlufer 73  
12059 Berlin  
Tel.: +49 (0)30-4432825-0  
Fax: +49 (0)30-4432825-2  
mail@avero.de  
www.avero.de

### BERLINCALLIN´

Content Marketing GbR  
Marketing Director:  
Mark Dare Schmiedel  
Münzstr. 15  
10178 Berlin  
Tel.: +49 (0)30-28404-350  
Fax: +49 (0)30-28404-534  
info@berlincallin.com  
www.berlincallin.com

### bit-side GmbH

GF: Thomas Brenner, Henrik Battke  
Alexanderplatz 4  
10178 Berlin  
Tel.: +49 (0)30-39 40 54-0  
Fax: +49 (0)30-39 40 54-50  
info@bit-side.com  
www.bit-side.com

### bmcoforum e.V. Broadcast Mobile

#### Convergence Vodafone

#### Pilot Entwicklung GmbH

Vorstandsvorsitzender:  
Bernd Wiemann  
Attilastr. 61-67  
12105 Berlin  
Tel.: +49 (0)30-25 56 80-100  
Fax: +49 (0)30-25 56 80-99  
info@bmcoforum.org  
www.bmcoforum.de

### Buongiorno Deutschland

Managing Director Marketing  
Services: Carsten Diepenbrock  
Arndtstr. 34  
10965 Berlin  
Tel.: +49 (0)30-616227-0  
Fax: +49 (0)30-616227-33  
kontakt@buongiorno.com  
www.buongiorno.com

### Bytedefenders

Man. Director: Markus Glasmeier  
Niederbarnimstr. 18  
10247 Berlin  
Tel.: +49 (0)30-420 19 164  
Fax: +49 (0)30-293 65 820  
info@bytedefenders.com  
www.bytedefenders.com

### CLA-Content Lizenz Agentur

GF: Dr. Peter von Ondarza  
Pappelallee 10  
10437 Berlin  
Tel.: +49 (0)30-616 559-0  
Fax: +49 (0)30-616 559-99  
info@cla-online.de  
www.cla-online.de

### Contcast GmbH

Geschäftsführung: Bernd Curanz  
Stephan Skrodzki  
Kantstr. 154 a  
10623 Berlin  
Tel.: +49 (0)30-88550-394  
Fax: +49 (0)30-88550-422  
info@contcast.de  
www.contcast.com

### E-Plus Service GmbH

#### E-Plus Unlimited

GF: Michael Krammer, Thorsten  
Dirks, Kees Kerremans  
Edison-Allee 1  
14473 Potsdam  
www.eplus-unlimited.de

### Exozet Berlin GmbH

GF: Frank Zahn  
Poststraße 4-5  
10178 Berlin  
Tel.: +49 (0)30-246560-0  
Fax: +49 (0)30-246560-29  
info@exozet.de  
www.exozet.de

### Freshmilk Entertainment GmbH

GF: Juha Richter, Kai Wermer  
Saarbrücker Str. 20-21  
10405 Berlin  
Tel.: +49 (0)30-28598-744  
Fax: +49 (0)30-28598-331  
post@freshmilk.de  
www.freshmilk.de

### gate 5 AG

GF: Christophe Maire  
Schönhauser Allee 62  
10437 Berlin  
Tel.: +49 (0)30-44 67 6-0  
Fax: +49 (0)30-44 67 6-555  
info@gate5.de  
www.gate5.de

### GD GameDuell GmbH

GF: Kai Bolik, Michael Kalkowski,  
Boris Wasmuth  
Ackerstr. 14/15  
10115 Berlin  
www.game-duell.de

### Icon Impact GmbH

GF: Heinz Kierchhoff, Gerrit Müller,  
Philipp Zwez  
Schmiedehof 15  
10965 Berlin  
Tel.: +49 (0)30-810010-0  
Fax: +49 (0)30-810010-28  
info@icon-impact.com  
www.icon-impact.de

### Innovationsforum nonlineare Medien

HFF Hochschule für Film und  
Fernsehen  
Projektleitung: Prof. Dr. Ulrich  
Weinberg  
Marlene-Dietrich-Allee 11  
14482 Potsdam  
Tel.: +49 (0)331-6202-792  
Fax: +49 (0)331-6202-799  
u.weinberg@hff-potsdam.de  
http://innovationsforum.hff-potsdam.de/

### Jamba! AG

Vorstand: Oliver Samwer, Marc  
Samwer  
Pfuelstr. 5  
10997 Berlin  
Tel.: +49 (0)30-69 53 81 00  
info@jamba-ag.de  
www.jamba.de

### LOMEX Media GmbH

GF: Christian Lang  
Chausseestr. 8  
10115 Berlin  
Tel.: +49 (0)30-814 5063-0  
Fax: +49 (0)30-814 5063-33  
kontakt@lomexmedia.de  
www.lomexmedia.de

### Medienmotor

Ansprechpartner: Philipp Schlüter  
Pappelalle 10  
10437 Berlin  
Tel.: +49 (0)30-616559-50  
Fax: +49 (0)30-616559-99  
p.schlueter@medienmotor.de  
www.medienmotor.de

### Micromovie Media GmbH

GF: Dr. Jasdan Bernward Joerges  
August- Bebel- Straße 26-53  
14482 Potsdam  
Tel.: +49 (0)331-706 21 20  
Fax: +49 (0)331-706 21 22  
info@micromovie.de  
www.micromovie.de

### Motor Music

#### A Division of Motor Entertainment GmbH & Co KG

GF: Tim Renner  
Brunnenstr. 24  
10119 Berlin  
Tel.: +49 (0)30-74 777-7  
Fax: +49 (0)30-74 777-999  
www.motor.de

### MovieMind International Ltd.

GF: Lars C. Arnold  
Köpenicker Straße 79  
10179 Berlin  
Tel.: +49 (0)30-21961812  
Fax: +49 (0)30-21961815  
info@moviemindinternational.com  
www.moviemindinternational.com

### Neva Media GmbH

GF: Bernd Curanz, Paulus Neef  
Schöneberger Ufer 1  
10785 Berlin  
Tel.: +49 (0)30-204545-83  
Fax: +49 (0)30-204545-89  
info@neva-media.de  
www.neva-media.de

**nova media Mobile Data**

**Solutions GmbH**

GF: Volker Kohl, Robert Seitz  
 Reuchlinstr. 10-11  
 10553 Berlin  
 Tel.: +49 (0)30-390904-0  
 Fax: +49 (0)30-390904-24  
 info@novamedia.de  
 www.novamedia.de

**Trend Network AG**

**Medien-Center Potsdam**

Vorstand: Dr. Reinhard Wartenberg  
 Graf-von-Schwerin-Str. 1  
 14469 Potsdam  
 Tel.: +49 (0)331-23159-0  
 Fax: +49 (0)331-23159-77  
 info@trend-network.de  
 www.trend-network.de

**Ojom GmbH**

Man. Director: Markus Berger-de  
 Leon, Dirk Hoffmann, Paul Hudson  
 Karl-Liebknecht-Str. 5  
 10178 Berlin  
 Tel.: +49 (0)30-695 38 422  
 Fax: +49 (0)30-695 38-599  
 info@ojom.com  
 www.ojom.com

**Visono GmbH Media Asset**

Management: Alexander von  
 Löbbecke  
 Pappelallee 10  
 10437 Berlin  
 Tel.: +49 (0)30-616 559-0  
 Fax: +49 (0)30-616 559-99  
 info@visono.de  
 www.visono.de

**pReview digital design gmbh**

Geschäftsführende Gesellschaf-  
 terin: Prof. Tanja Diezmann  
 Kastanienallee 29/30  
 10435 Berlin  
 Tel.: +49 (0)30-4435195-0  
 Fax: +49 (0)30-4435195-99  
 info@pReview-design.com  
 www.pReview-design.com

**Yoc AG**

Vorstand: Dirk Kraus  
 Dircksenstr. 47  
 10178 Berlin  
 Tel.: +49 (0)30-72 61 62-0  
 Fax: +49 (0)30-72 61 62-222  
 info@yoc.de  
 www.yoc.de

**Q.I.U. Software Solutions GmbH**

Dr. Silvia Kienberger  
 Eichhornstr. 2  
 10785 Berlin  
 Tel.: +49 (0)30-808-70-8  
 Fax: +49 (0)30-808-710  
 qiu.mobiletv@qiu-technology.com  
 www.qiu-technology.com

**Sony NetServices GmbH**

Managing Director & Senior Vice  
 President: Robert Ashcroft  
 Kemperplatz 1  
 10785 Berlin  
 Tel.: +49 (0)30-2575-5533  
 Fax: +49 (0)30-2575-5513  
 berlin@sonynetservices.com  
 www.sonynetservices.com

**Tangens GmbH**

GF: Michael Artschwager  
 Humboldtring 5  
 14173 Potsdam  
 Tel.: +49 (0)331 98 230  
 Fax: +49 (0) 331 98 23 100  
 info@tangens.com  
 www.tangens.com