Tele Columbus sucht die Zukunft

Kabelmarketing mit TeleVutur 2020 und UeberMorgen-Infoseminare

Abseits der bekannten Diskussionen und medienpolitischen Forderungen um das „Spannungsfeld 862 Megahertz", so Tele Columbus-Marketingvorstand Dietmar Schickel, versuchte Tele Columbus mit seiner Veranstaltungsreihe „Ueber Morgen" einen Bogen von den aktuellen Trends im Kabelnetzausbau zu künftigen Anwendungen zu spannen. Das Motto: Heute ist TV und morgen kommt das „Home-Network". Vor allem die Wohnungswirtschaft sollte mit der künftigen Telekommunikationswelt angesprochen werden.

Neben Referaten und Projektbeispielen stellte Tele Columbus das Zukunftsszenario „TeleVutur 2010" vor, das sich mit der privaten Lebenswelt der Menschen im Jahr 2020, insbesondere mit der Nutzung von Datenübertragung und elektronischen Medien beschäftigt. Schickel:" Wir zeigen, wie sich möglicherweise die Zukunft darstellen wird." Die Studie entstand in Kooperation mit dem Berliner Institute of Electronic Business, dessen Direktor, Thomas Schildhauer, Ergebnisse der Analyse präsentiert. Im Folgenden einige zusammenfassende Überlegungen über das künftige „smart home":

Dietmar Schickel, Marketingvorstand Tele Columbus

Intelligente Wohnlösungen bieten zwei wesentliche Nutzungsbereiche, das „Infotainment-Cluster" (PC, Internet, Mobile, Multimedia) und das „Control-Cluster" (Automatisierungs-, Steuerungs- und Sicherheitseinrichtungen).Die Vernetzung beider Welten ermöglicht eine Vielzahl an Nutzungsszenarien und bietet mehr Komfort, Unterhaltung und Sicherheit. Konventionelle Medien verschmelzen zum Heimnetzwerk, das über in die Architektur integrierte „unsichtbare" Steuerungen und interaktive Bildschirme sprach- oder bewegungsgesteuert wird. In diesen „smart homes" der Zukunft werden vielfältige personalisierte und individualisierte Dienste sowie Unterhaltung angeboten. Inhalte (Musik, Videos, Spiele etc.) werden zu Hause aus dem Netz bezogen, auf mobile Geräte übertragen und unterwegs genutzt. Das dazu notwendige Netz ist ständig verfügbar und stellt entsprechend den jeweiligen Anforderungen des Nutzers die aktuell gewünschten Dienste, Informationen und Funktionen einschließlich eines Rückkanals selbstständig bereit. Vor allem das Freizeitverhalten der über 50-Jährigen ist von den Medien geprägt. Das Medienverhalten wandelt sich vom passiven Zeitvertreib zur Interaktion. Im Vordergrund stehen Unterhaltung, Informationen und Bildungsinhalte mit einem deutlichen Trend hin zur Erlebniskultur. Aufgrund der bereits hohen, teilweise sogar flächendeckenden Verbreitung von Kabelhaushalten stellen Kabelnetze als Hybridlösungen aus Koaxialkabel bei teilweiser Signalzulieferung aus Glasfasernetzen eine viel versprechende Infrastruktur für das intelligente Heim („smart home") der Zukunft dar.

Das Kabelnetz fungiert insofern als zukunftssicheres Kommunikationsnetz und beinhaltet bereits heute als das „Neue Kabel" ein erweitertes, umfassendes Angebot an Dienstleistungen, die auf die Bedürfnisse der Bewohner zugeschnitten sind. Keiner der beteiligten Faktoren (TV-Inhalte, Internetzugänge, Kommunikationsbedarf etc.) kann isoliert betrachtet werden. So forcieren leistungsfähige Internetzugänge u. a. Angebote mit hohem Datenaufkommen (Video, Musik) und beeinflussen Unterhaltungsgewohnheiten (Fernsehen und Spiele im Internet). Mobilität verändert das Kommunikationsverhalten (kontinuierliche Kommunikation, transportable Medien) und den Kommunikationsbedarf (Internet, Mobilfunk). Wiederum verändern neue Kommunikationsmöglichkeiten (Mobiltelefon, Personal Digital Assistent etc.) Unterhaltungsformate (z. B. interaktives Fernsehen, Flirtshows) und den Anspruch an die technische Infrastruktur. Speziell in der technischen Infrastruktur verfügt Deutschland trotz fortgeschrittener Entwicklung von Mobilfunk- und Festnetztechnologien noch über enormes Wachstumspotenzial. Gerade die heute in vielen Haushalten zum TV-Empfang genutzten Kabelnetze stehen hinsichtlich ihrer Verbreitung, aber auch hinsichtlich ihres technischen Potenzials, erst am Anfang ihrer Entwicklung. Ein Innovationsschub in diesem Bereich kann und wird den Nutzern Dienstleistungen und Unterhaltungsformate bieten, die heute bestenfalls wünschenswert sind, in wenigen Jahren aber unverzichtbar sein werden. Der zukünftige Mehrwert für Mieter und Anbieter ist vielen wohnungswirtschaftlichen Unternehmen heute nur teilweise bekannt.

Thomas Schildhauer, Direktor Institute of Electronic Business

Tele Service für die „jungen Alten"

Nach Aussagen des Statistischen Bundesamtes werden in Deutschland im Jahr 2015 etwa 27% der Bevölkerung älter als 59 Jahre sein, im Jahr 2050 liegt die Schätzung bereits bei 37%. Die Älteren stellen somit aufgrund ihrer zahlenmäßigen Überlegenheit den „Motor der Gesellschaft" dar. In Anbetracht ihrer gestiegenen Lebenserwartung, ihrer finanziellen Unabhängigkeit und wachsenden Konsumorientierung richten sich künftige gesellschaftliche Entwicklungen in hohem Maße an den Werten dieser Zielgruppe aus.