

# Video-Blogging demnächst auf dem Handy

Interaktive Video-Services könnten das Mobilfunkgeschäft in naher Zukunft nachhaltig beleben. Voraussetzung ist jedoch die Kompatibilität mit allen maßgeblichen Sprachübertragungs- und Video-Standards, die in den 3G-Mobilfunk- und IP-Netzen verwendet werden.



Foto: Eric Simard / Fotolia

Der unermüdliche Entwicklungs-Aufwand um die aktuellste Breitband- und Mobilfunk-Technologie lässt sich in drei Kategorien zusammenfassen: Leistungsmerkmale, Kapazität und Inhalte. Da die Breitband- und Mobilfunk-Technologien immer mehr Netzwerk-Kapazität benötigen, sind auch die Voraussetzungen erfüllt, um Multimedia-Content verstärkt zu übertragen.

Die Evolution der 3G-Mobilfunk-Technologie hat auch die Content-Landschaft verändert und beschleunigt. So bewegt sich der Multimedia-Content vom herkömmlichen Surfen und Betrachten hin zu einer gemeinschaftlichen Umgebung, wo er verteilt, gemeinsam genutzt und bewertet wird. Da die Inhalte in größerem Umfang immer gemeinschaftlich entstehen, werden die Beiträge der einzelnen Teilnehmer, kurz der "User-Generated Content", für die Netzbetreiber als Geschäftsmöglichkeit immer wichtiger.

Es gibt bereits mehrere Kategorien von gemeinschaftlichem und vom Anwender erstell-

ten Mobilfunk-Content. Dazu gehören Social Networking (Facebook), Photo Sharing (Sho-zu), virales Video (YouTube) und Personal Micro-Blogs (Twitter).

Der persönliche Micro-Blog ist ein neues Medium, über das die Teilnehmer selbst erstellte Inhalte ins Netz stellen können. Ursprünglich für das Internet entwickelt, nehmen die Blogging-Services schnell auch den Mobilfunkbereich ein, zumal immer mehr Handys mit Breitband-Ausstattung benutzt werden, mit denen sich Multimedia-Inhalte erstellen, betrachten oder gemeinsam nutzen lassen.

## Noch immer zu mühselig

Auf den ersten Blick wirken solche Micro-Blogs genial. Die Anwender können auf der Chinesischen Mauer oder vor der Pyramide von Gizeh mit dem Handy schnell einen Micro-Blog-Eintrag aufzeichnen und im gleichen Moment der ganzen Welt zur Verfügung stellen. In Wirklichkeit jedoch machen die Einschränkungen der

Micro-Blog-Einträge (bis 140 Zeichen) diesen Vorgang vom Standpunkt der Anwender her eher unkomfortabel und schwierig.

Obwohl Millionen junger Menschen ständig SMS-Texte untereinander versenden, gibt es einen entscheidenden Unterschied zwischen diesen Textnachrichten und dem Bloggen: SMS-Nachrichten sind gezwungenermaßen kurz. Die Teilnehmer, zumeist jüngere Menschen, haben deshalb ein ausgeklügeltes System aus Abkürzungen und Symbolen entwickelt, mit dem sich die Nachrichten schneller fertigstellen lassen. Blog-Einträge wiederum sind normalerweise ausführlicher und länger, außerdem bestehen sie aus vollständigen Sätzen und in vielen Fällen aus mehreren Absätzen pro Eintrag.

Drei Faktoren könnten den Siegeszug der Micro-Blogs bewirken. Um im Mobilfunk erfolgreich zu sein, setzen Micro-Blogs oder das Micro-Blogging Endgeräte voraus, die über anspruchsvollere Mechanismen zum Erstellen von Inhalten verfügen als eine alphanumerische Tastatur. Einzelne Smartphones, die auch Microsoft Windows unterstützen, verfügen über kleine QWERTZ-Tastaturen, mit denen es viel einfacher ist, Blog-Beiträge zu schreiben. Andere Endgeräte, darunter der BlackBerry von RIM oder der Nokia Communicator, besitzen ebenfalls kleine Tastaturen. Obwohl mehrere Smartphones mit integrierten Tastaturen am Markt zu finden sind, bleibt der Anteil dieser Endgeräte eher klein.

Der zweite Faktor, der möglicherweise den Aufschwung der Micro-Blogs beeinflusst, ist die automatische Spracherkennung. Die Sprache-zu-Text Technologie vereinfacht und beschleunigt die Eingabe von Blog-Beiträgen merklich. Die Anwender müssen ihren Blog-Eintrag nur noch mündlich diktieren. Die Spracherkennungs-Technologie, darunter die Natural Voice Engine von AT&T oder Embedded Via Voice von IBM, existiert bereits seit mehreren Jahren. Allerdings hat noch kein maßgeblicher Netzbetreiber diese Technologien bis heute umgesetzt.

### Robert H. Tang



ist Director, Product Marketing bei Dilithium, Inc.



Mobile Video-Blogs können zu einem interessanten Unterhaltungsdienst insbesondere für ein junges Publikum werden und dabei neue Umsatzpotenziale für Carrier und Service Provider erschließen.

Einfach zu nutzen muss der Dienst sein, sonst gibt es keine Akzeptanz. Klare und einfache Menüstrukturen sind die Lösung.

Das Handy wird zur Internet-Kamera: Live vor Ort können Erlebnisse mit laufenden Bildern einer breiten Community zugänglich gemacht werden.

Der dritte Faktor, der das Aufkommen der persönlichen Blogs beeinflussen könnte, ist die Verfügbarkeit von 3G-Mobiltelefonen mit Video-Aufzeichnung. Die Verbreitung von videofähigen Handys macht es dem Anwender extrem komfortabel, Videos aufzunehmen und sie sofort in den Micro-Blog hochzuladen. Video stellt daher das ideale Medium dar, um die herkömmlichen Einschränkungen bei der Eingabe zu umgehen, zumal es gleichzeitig die Aussagen des Anwenders aussagekräftig rüberbringt.

### Blog-Beiträge direkt vom Handy

Dilithium Networks hat zum Beispiel eine hochflexible und vielseitige Lösung zum Video-Blogging eingeführt, mit der die Anwender persönliche Videos in höchster Bildqualität sofort aufzeichnen, betrachten und Anderen zur Verfügung stellen können. Die ViVAS (Video Value Added Services) von Dilithium eignen sich vor allem für Service Provider und Sender, die damit Video-Services für 3G- und Breitband-Net-

ze entwickeln und auf den Markt bringen können. Beispiele für diese erweiterten interaktiven Videodienste sind Live-TV, Video-Blogs, Video-Push-Dienste, interaktive Video-Portale, Video-Streaming oder die Video-Telefonie.

Bei dem System handelt es sich um eine IMS-fähige Hard- und Software-Lösung, die ein zuverlässiges Echtzeit-Streaming von Video-Inhalten zu und von Clients auf mobilen Wireless-Endgeräten sowie Breitband- und SIP-Clients ermöglicht. Beim Video-Blogging kommt es vor allem darauf an, die Videos sofort aufzeichnen, abspielen zu können und auch persönliche Kurzvideos in höchstmöglicher Qualität weitergeben zu können. Das Handy zum persönlichen Bloggen mit einzubeziehen ist dabei ein noch vollkommen neuartiger Ansatz. Die Beiträge können vom Mobiltelefon auch auf Websites im Internet hochgeladen werden, wo sie anderen Usern zur Verfügung stehen.

Die Lösung stellt eine SIP-basierte Umgebung für das Hosting von Video-Anwendungen zur Verfügung, auf die von jedem SIP- oder Mo-

bilgerät aus zugegriffen werden kann. So besteht das Video-Blogging aus mehreren Features, beginnend mit der Aufnahme eines Videos am Handy. Diese Aufzeichnung lässt sich vom Anwender sofort begutachten und an andere Handys oder auf eine Website hochladen. Das Transcoding erfolgt in Echtzeit, und der Content steht auf der Empfängerseite sofort und ohne Buffering-Effekte zur Verfügung. Der Anwender kann das Archiv seiner veröffentlichten Aufzeichnungen über einen Premiumanschluss bei seinem Mobilfunknetz verwalten, indem er durch mehrere Menüs mit der Tastatur seines Handys navigiert. Auch lassen sich einzelne Video-Clips über MMS abrufen, z. B. die Top-Ten eines Tages.

### Total kompatible Gateways

Die Basis, die hinter diesem Video-Blogging steht, bilden ein Medien-Server, ein SIP-Server, ein Multimedia-Gateway sowie eine umfassende Umgebung zur Entwicklung von Services. Netzbetreiber, Content Provider und Sender erhalten damit eine Umgebung mit Drag-and-Drop-Icons zum Erstellen interaktiver DTMF-basierter Videoportale und die Verknüpfung von Menüs und Portalen zu Umsatz generierenden RTSP-Videostreaming-Diensten.

Eine wichtige Rolle spielen in dem System die Multimedia Gateways. Sie bieten die Proxy-Funktionen zur Anruf-Signalisierung und ermöglichen das Echtzeit-Transcoding der Video-Blogs, auch zwischen mehreren Multimedia-Systemprotokollen wie 3G-324M/H.324M, ITU-T H.323 und IETF SIP. Zudem muss das Gateway alle 3G-Multimedia-Anwendungen unterstützen und mit seinem Transcoding die gängigen Endgeräte wie Mobiltelefone, PDAs und IP-Endgeräte erreichen. Mit einer Reihe von Standards zur Sprach- und Video-Codierung verbinden die Gateways die unterschiedlichen Endgeräte in leitungsvermittelten und paketvermittelten Netzwerken, im WLAN und über das öffentliche Telefonnetz.

Die Anwender erhalten damit neue Mehrwert-Services mit interaktivem Video-Inhalten. Eine zügige Akzeptanz dieser Dienste beim Verbraucher schafft zusätzliche Umsätze für die Mobilfunkbetreiber, die bei anderen Leistungen zu scharfen Preiskämpfen gezwungen sind. Dass die Anwender ihren aktuellen Video-Content sofort aufzeichnen und gemeinsam nutzen können, sorgt für Kundenbindung und Loyalität, auf die alle großen Netzbetreiber angewiesen sind. (rs)