



## **Bekanntheit, Nutzungsinteresse und Nutzerpotenzial von IPTV**

GfK – Konsumentenstudie

## Research Design

2

Zielsetzung:

Erheben von Endverbraucher-Kenntnissen,  
-Erwartungen, -Barrieren zur Nutzung von IP-TV

Zielgruppe:

1.000 Internet-User, repräsentativ für  
die Bevölkerung ab 14 Jahre

Methode:

Online-Befragung

Feldarbeit:

Mai 2008

## Agenda:

- 1 Technische Ausstattung**
- 2 Barrieren**
- 3 Erwartungen / Nutzungsbereitschaft**
- 4 Potenzial**

## Agenda:

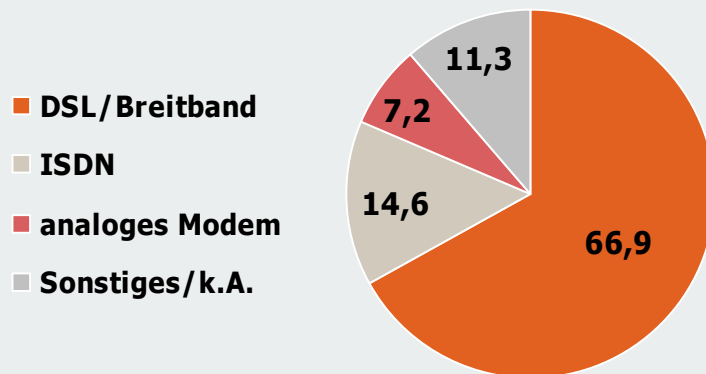
- 1 Technische Ausstattung**
- 2 Barrieren
- 3 Erwartungen / Nutzungsbereitschaft
- 4 Potenzial

# IP-TV: Technische Ausstattung

Frage: Über welche Verbindung nutzen Sie das Internet zu Hause?

5

## Internet-Zugang

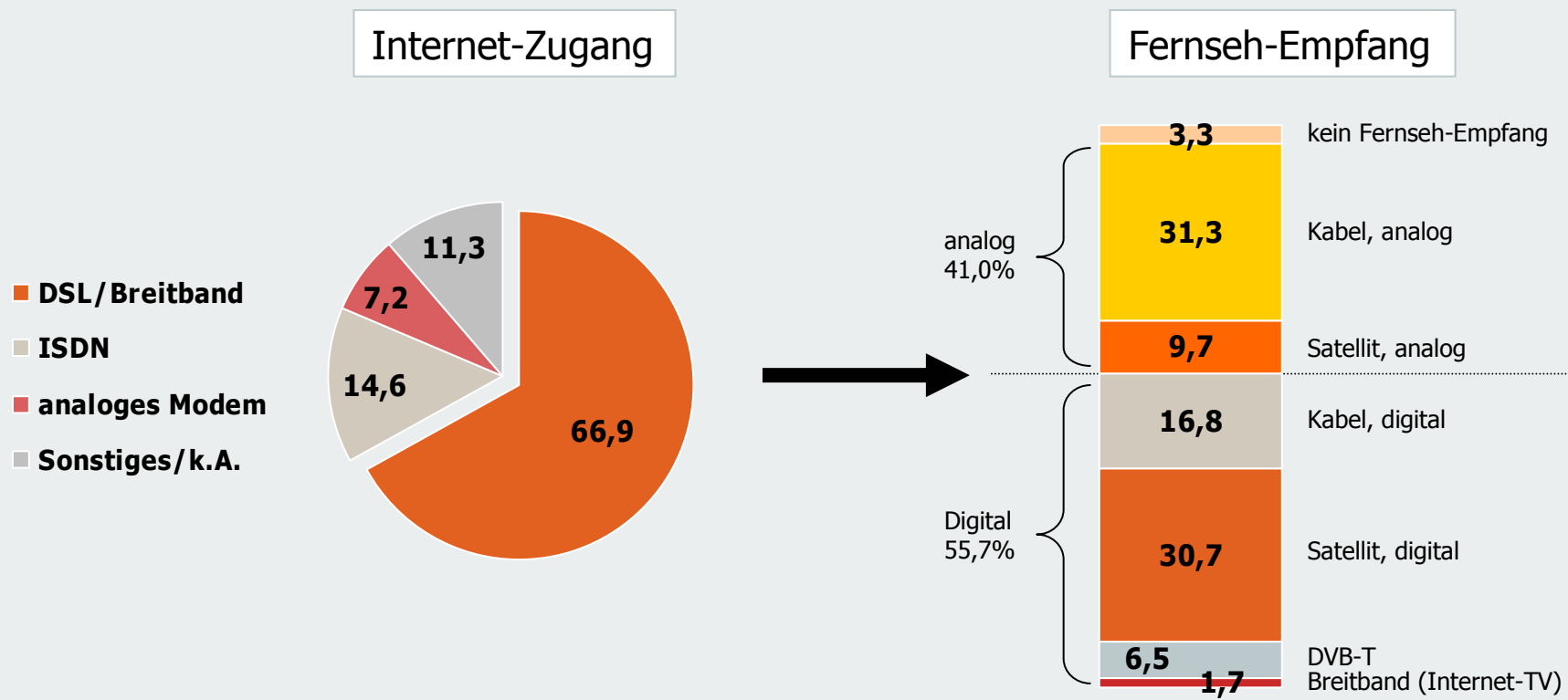


n= 1.000  
Basis: (in %)

# IP-TV: Technische Ausstattung

Frage: Über welche Verbindung nutzen Sie das Internet zu Hause?

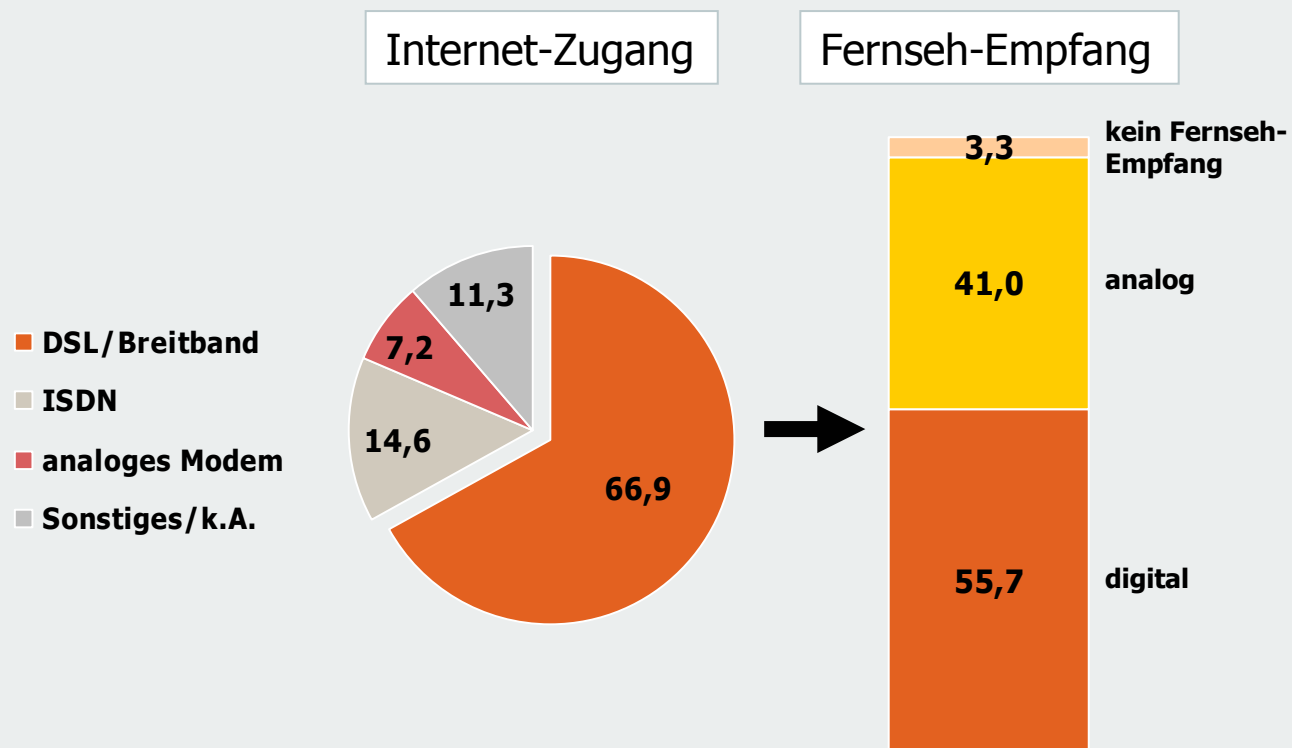
Frage: Über welchen Weg empfangen Sie zu Hause Ihr Fernsehen für Ihr Hauptfernsehgerät?



n= 1.000  
Basis: (in %)

# IP-TV: Technische Ausstattung

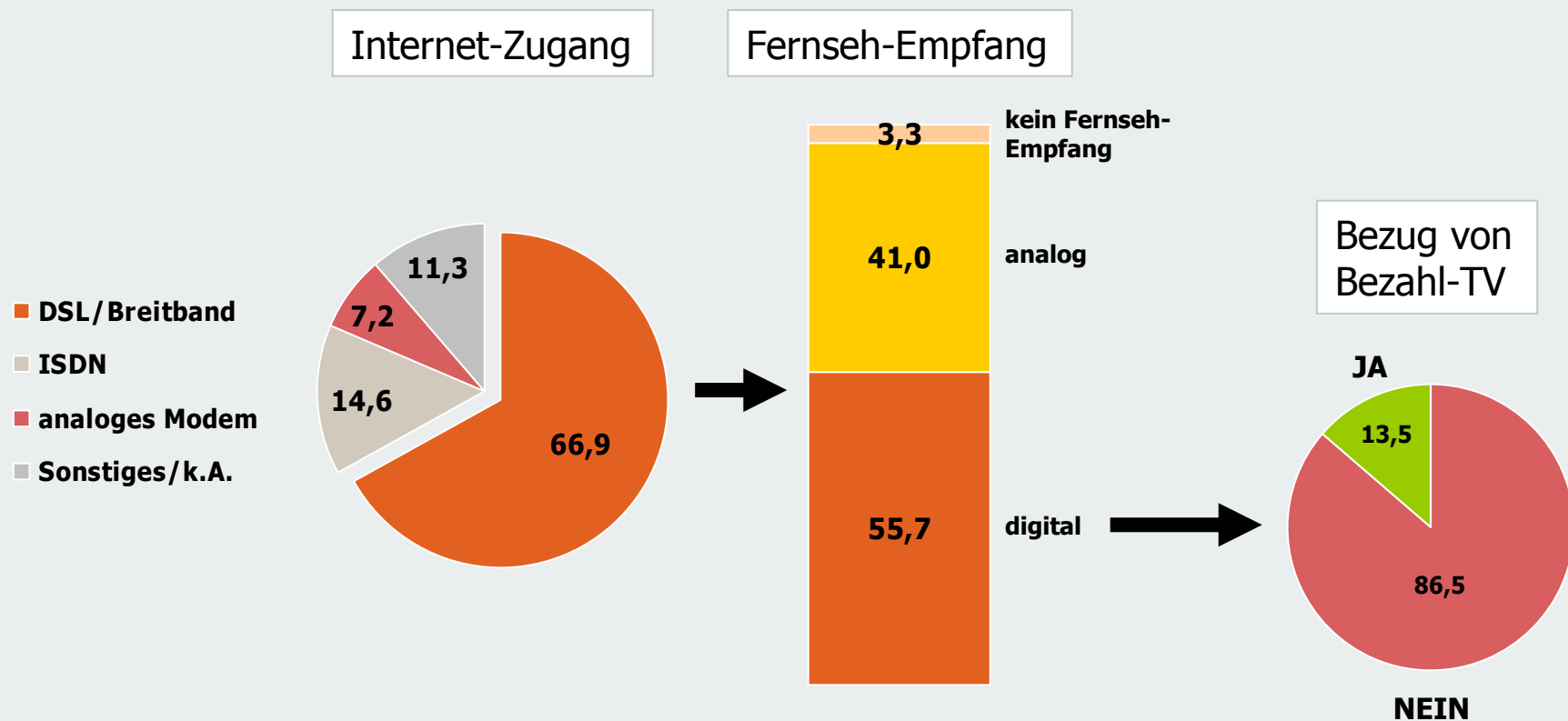
7



Basis: (in %)

# IP-TV: Technische Ausstattung

8



Basis: (in %)

## Agenda:

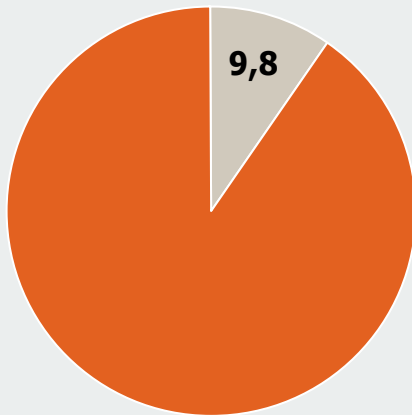
- 1 Technische Ausstattung
- 2 **Barrieren**
- 3 Erwartungen / Nutzungsbereitschaft
- 4 Potenzial

# IP-TV: Barrieren

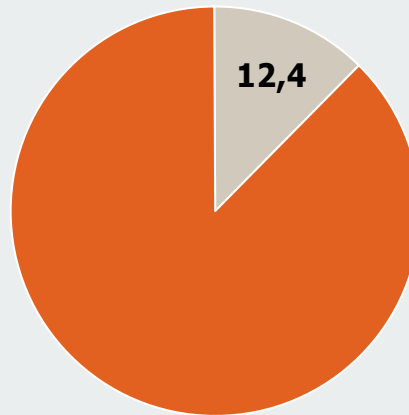
10

## a) Bekanntheit

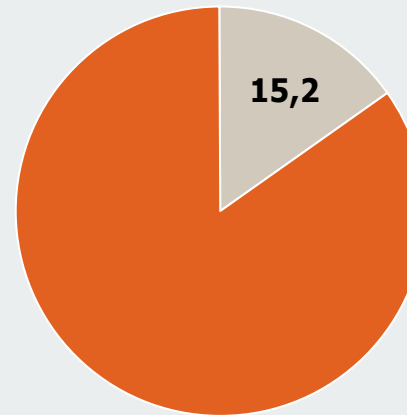
alle Befragten



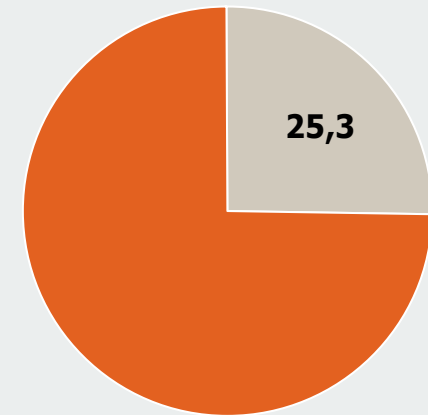
DSL-Nutzer



DSL-Nutzer  
+ digitaler TV-Empfang



DSL-Nutzer  
+ digitaler TV-Empfang  
+ Bezug von Bezahl-TV

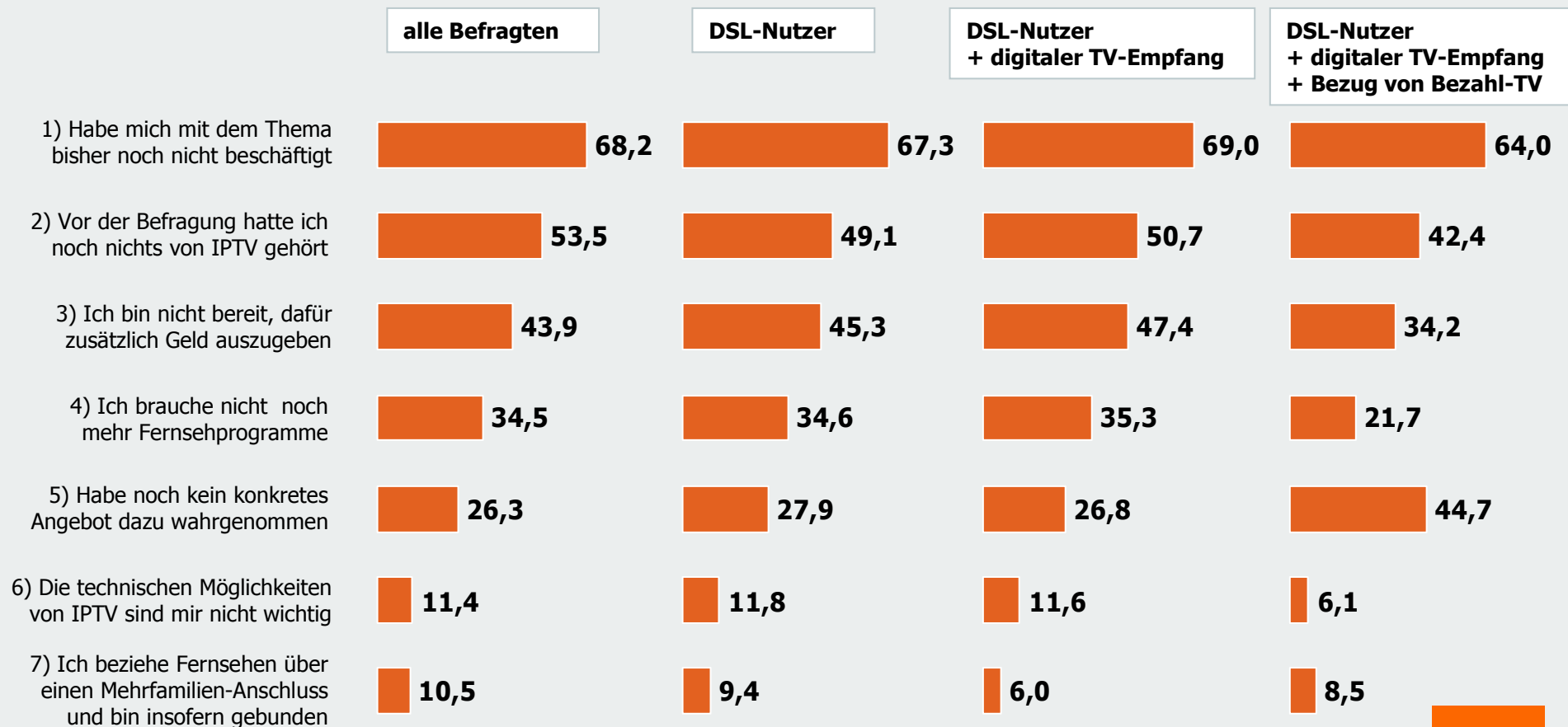


Basis: (in %)

# IP-TV: Barrieren

11

## b) Gründe für Nicht-Nutzung von IP-TV



Basis: (in %)

GfK

## Agenda:

- 1 Technische Ausstattung
- 2 Barrieren
- 3 **Erwartungen / Nutzungsbereitschaft**
- 4 Potenzial

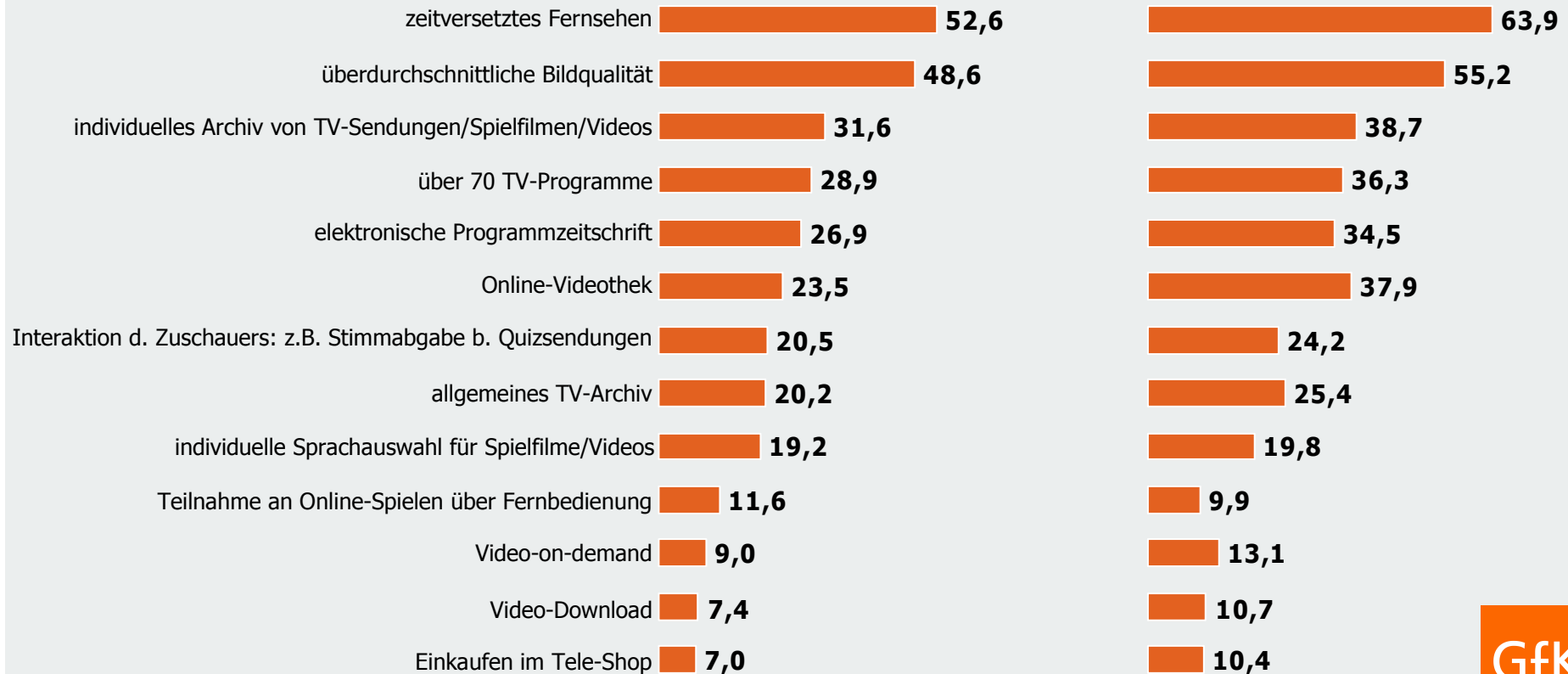
# IP-TV: Erwartungen der Konsumenten an IPTV

## Interesse an IP-TV-Features

( top 2 boxes: sehr hohes / hohes Interesse )

alle Befragten

DSL-Nutzer  
+ digitaler TV-Empfang  
+ Bezug von Bezahl-TV



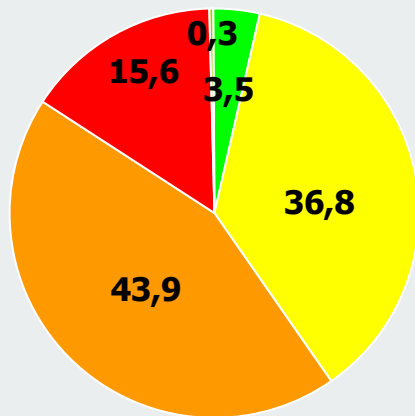
Basis: (in %)

# IP-TV: Nutzungsbereitschaft

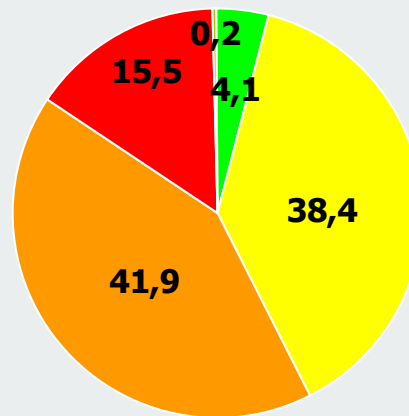
Frage: Können Sie sich vorstellen, IP-TV zu beziehen?

14

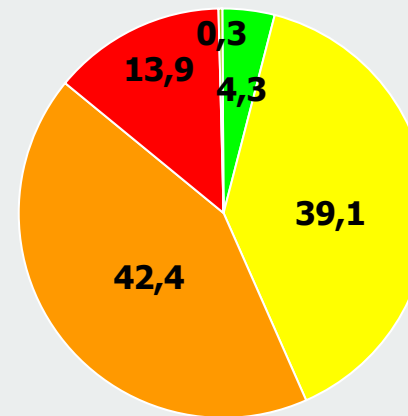
alle Befragten



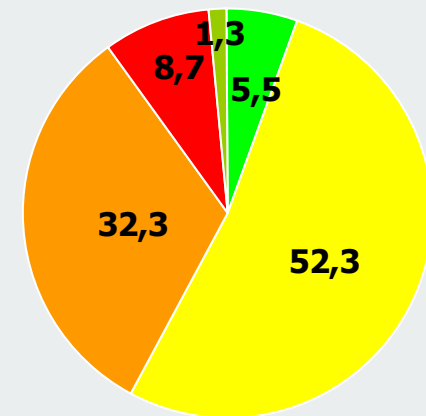
DSL-Nutzer



DSL-Nutzer  
+ digitaler TV-Empfang



DSL-Nutzer  
+ digitaler TV-Empfang  
+ Bezug von Bezahl-TV

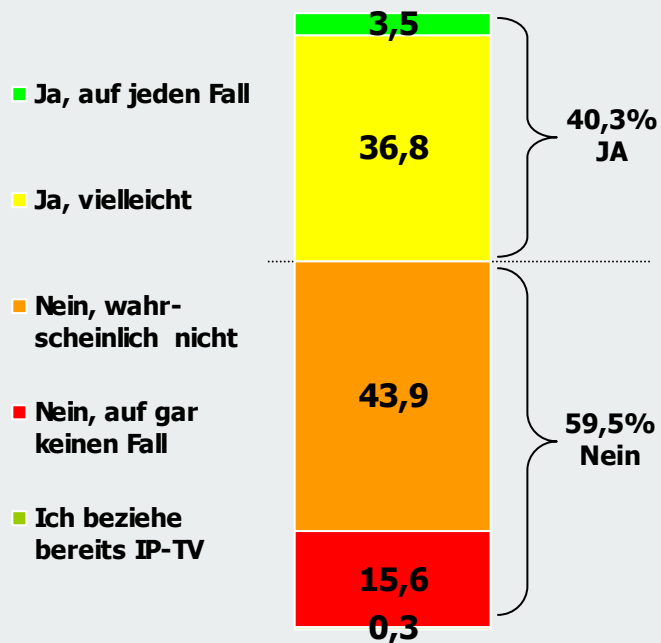


n = 1.000  
Basis: (in %)

- Ja, auf jeden Fall
- Ja, vielleicht
- Nein, wahrscheinlich nicht
- Nein, auf gar keinen Fall
- Ich beziehe bereits IP-TV

# IP-TV: Nutzungsbereitschaft

Frage: Können Sie sich vorstellen, IP-TV zu beziehen?



Basis: (in %)

## Interesse an Möglichkeiten IP-TV

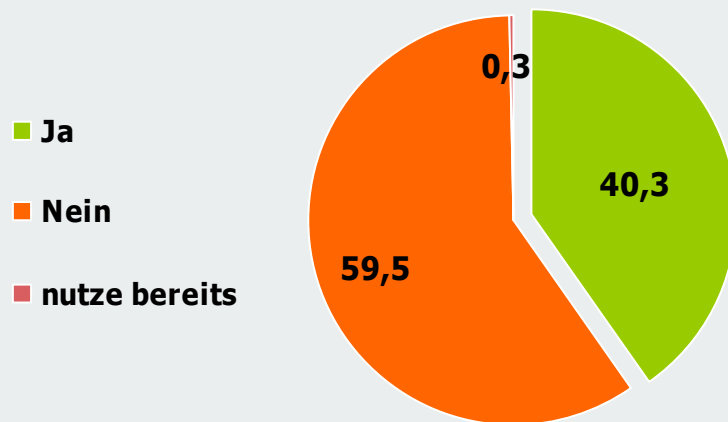
	JA	NEIN
werbefreies Fernsehen	86,3	52,0
zeitversetztes Fernsehen	78,1	35,1
überdurchschnittliche Bildqualität	69,0	34,7
individuelles Archiv von TV-Sendungen/Spielfilmen/Videos	54,4	15,9
über 70 TV-Programme	50,8	13,8
elektronische Programmzeitschrift	45,0	14,5
Online-Videothek	41,8	10,8
allgemeines TV-Archiv	38,4	7,7
Interaktion des Zuschauers: z.B. Stimmabgabe bei Quizsendungen	37,3	9,1
individuelle Sprachauswahl für Spielfilme/Videos	32,0	10,5
Teilnahme an Online-Spielen über Fernbedienung	23,5	3,6
Video-on-demand	18,3	2,6
Video-Download	15,0	2,2
Einkaufen in Tele-Shops über Fernbedienung	13,5	2,6



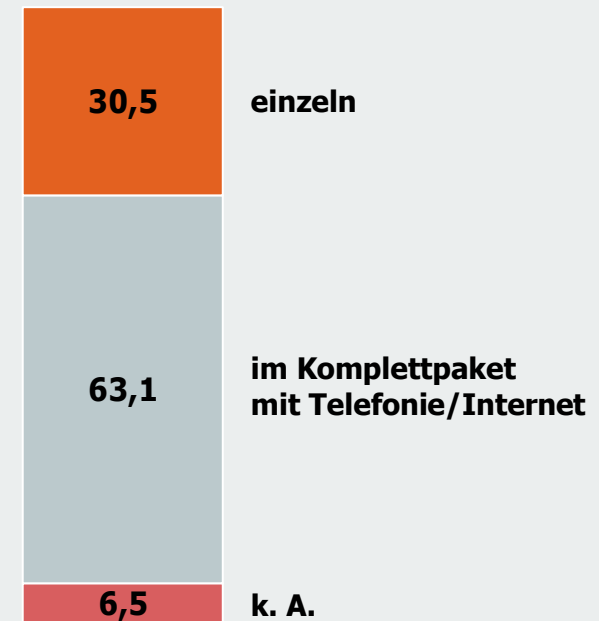
# IP-TV: Nutzungsbereitschaft

16

Nutzungsbereitschaft



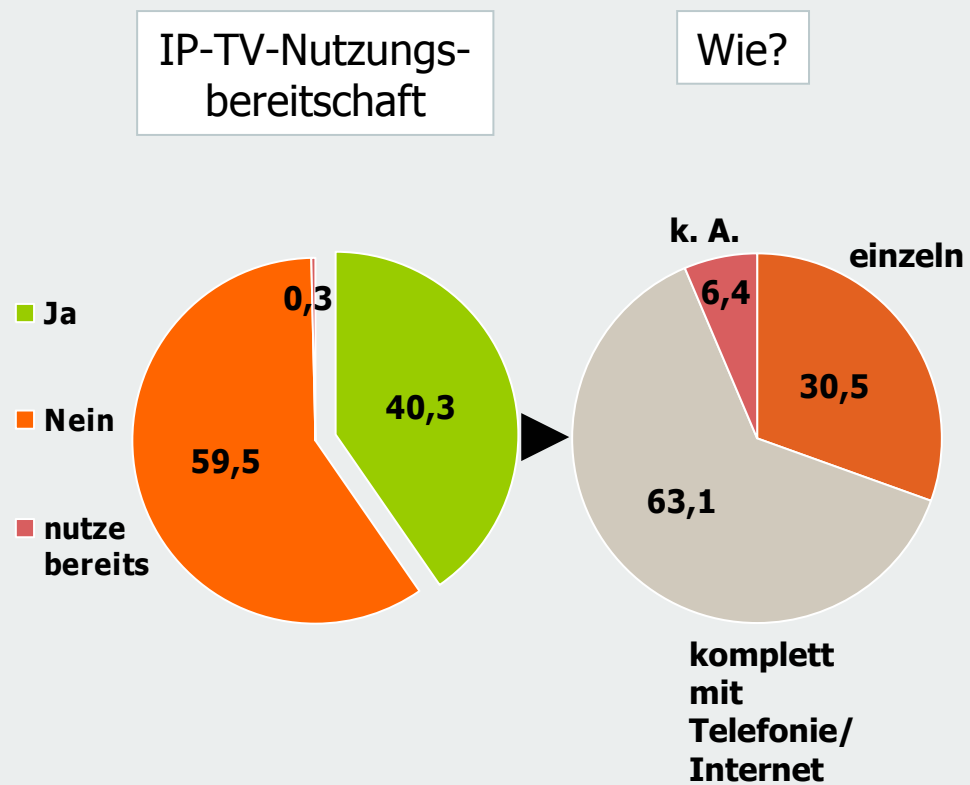
Wie würden Sie gerne IP-TV beziehen?



Basis: (in %)

# IP-TV: Nutzungsbereitschaft

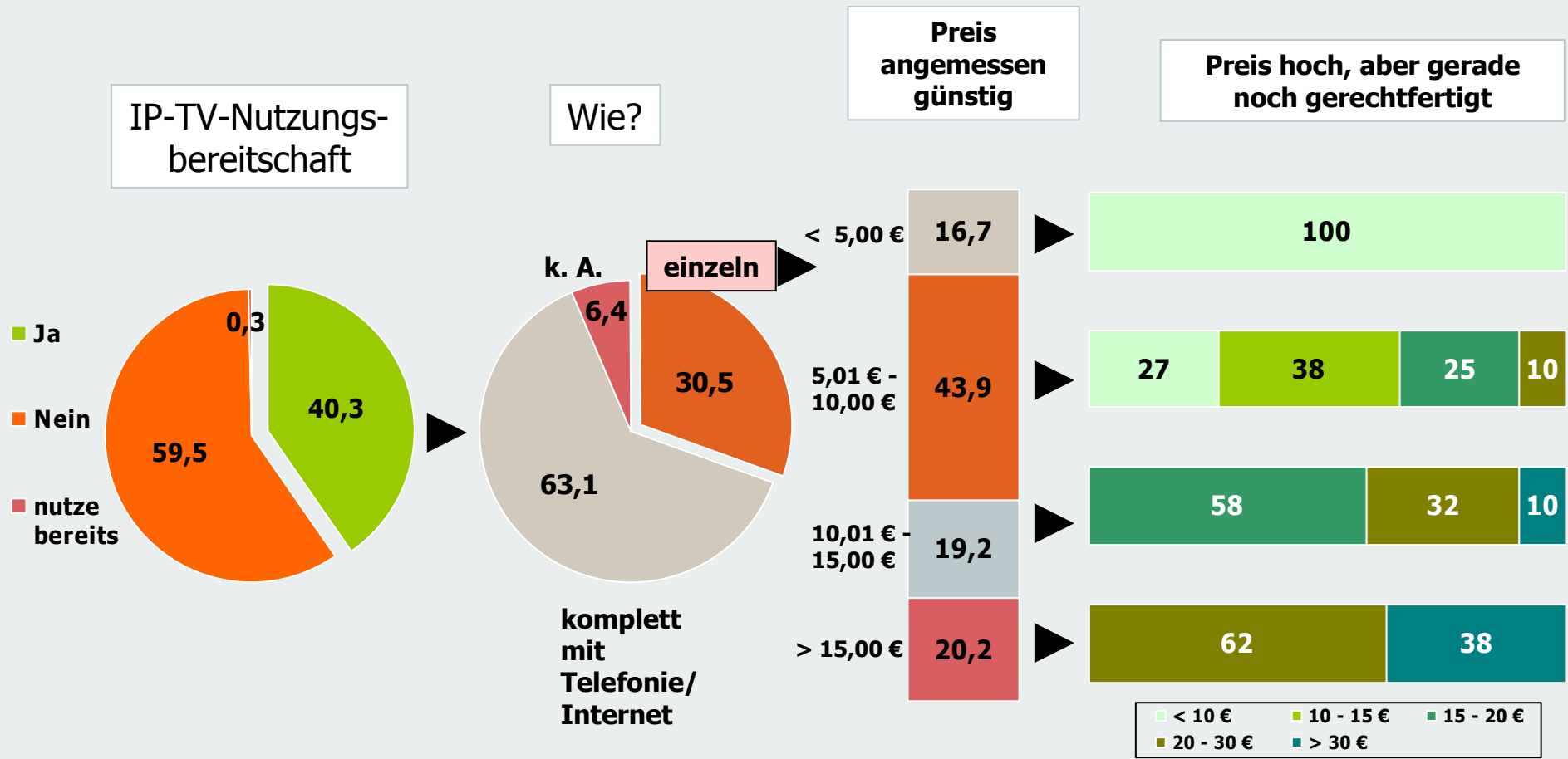
17



Basis: (in %)

# IP-TV: Nutzungsbereitschaft

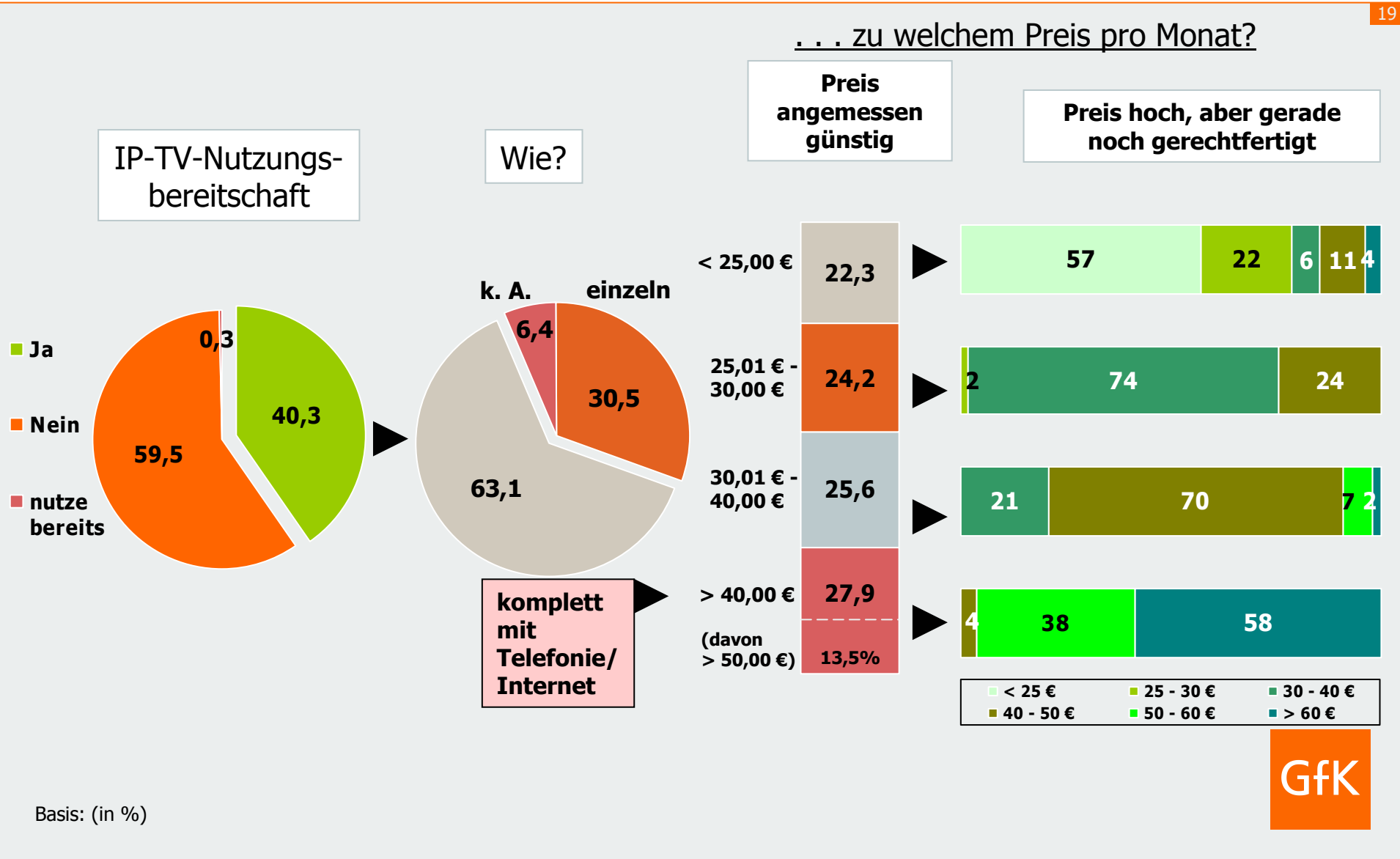
... zu welchem Preis pro Monat?



Basis: (in %)



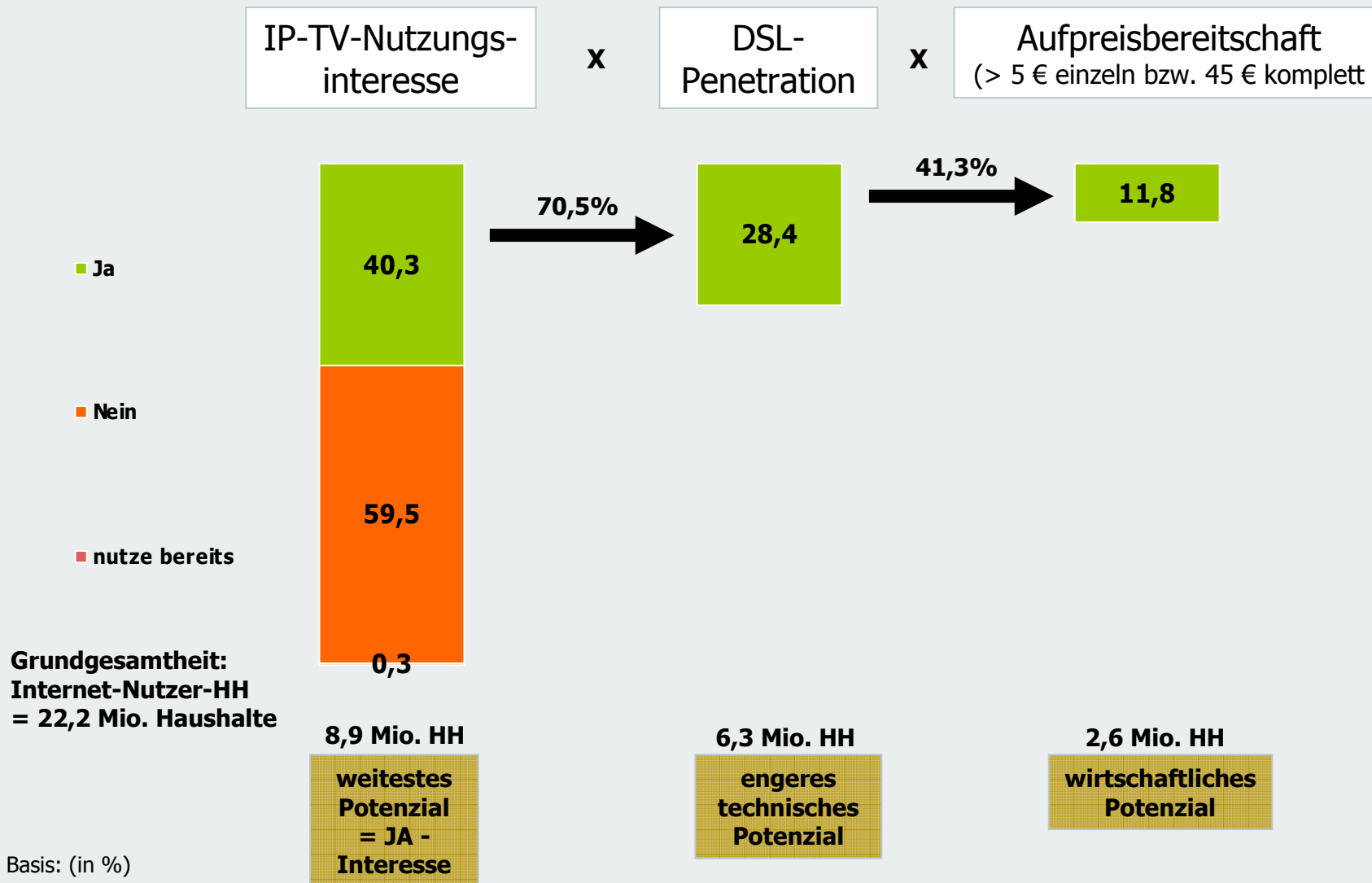
# IP-TV: Nutzungsbereitschaft



## Agenda:

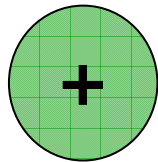
- 1** Technische Ausstattung
- 2** Barrieren
- 3** Erwartungen / Nutzungsbereitschaft
- 4** Potenzial

# IP-TV: Potenzial



# Fazit

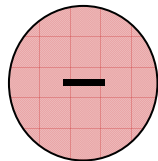
22



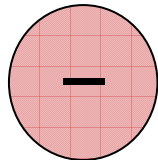
**Technische Voraussetzungen bei Endkonsumenten  
in Form von DSL-Anschlüssen vorhanden**



**Interesse an IP-TV Möglichkeiten ist nur bei jedem  
2. potenziellen Nutzer der Zielgruppen vorhanden**



**Bekanntheit von IP-TV gering**



**Konkrete Angebote fehlen**

## IP-TV: Weitere Informationen

23

**Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!**

A photograph of three people (two men and one woman) looking at a laptop screen. The image is overlaid with a white text box containing the title and description of the report.

### Target group profile report

ausführlicher Tabellenbericht  
incl. Soziodemographien  
der Zielgruppen

A close-up photograph of a television screen displaying a colorful, abstract image.

### Media profile analysis

TV (Sender/Genres/Zeitschienen)  
Radio (Sender/Zeitschienen)  
Zeitschriften ( > 150 Titel )

A map of a city street grid with various colored overlays (purple, orange, yellow) indicating specific geographic areas or target groups.

### Geomarketing analysis

Lokalisierung der Zielgruppen  
(PLZ-/Stadtteil-/Strassenebene)

### Kontakt:

[Herbert.Lechner@gfk.com](mailto:Herbert.Lechner@gfk.com)

[Martin.Kaldik@gfk.com](mailto:Martin.Kaldik@gfk.com)

Tel. 0911 / 395 - 3668

Tel. 0911 / 395 - 3949

The GfK logo, consisting of the letters 'GfK' in white on an orange square background.