

40 % aller Deutschen haben Interesse an IPTV

Dieses Ergebnis zeigt eine aktuelle Studie der GfK Panel Services Deutschland.

Der Kampf um die mediale Versorgung in den Haushalten in Deutschland ist zwischen den Anbietern voll entbrannt. War bisher TV und Radio-Versorgung die Domäne der Kabelnetz-/ Satelliten-Betreiber und Telefon- und Internet-Versorgung die Domäne der Telefonversorger, so bieten die Unternehmen inzwischen Vollversorgung an, d.h. Telefon, Internet und TV aus einer Hand. Dabei ist die TV-Versorgung via Breitband-"Telefon"-Leitung (sog. Internet Protokoll TV = IPTV) das neueste Angebot und – wie die Studie zeigt – auch bisher weitestgehend unbekannt.

Zu Bekanntheit, Nutzungsinteresse und Nutzerpotenzial von IPTV hat die GfK Panel Services Deutschland im Mai 2008 eine online-Befragung bei 1.000 deutschen Haushalten durchgeführt.

Danach kennen nicht einmal 10 % der Befragten den Begriff IPTV bzw. können sich an kein konkretes Angebot dazu erinnern. Dies ist wohl der Hauptgrund, warum bisher nur 240 Tsd. Haushalte in Deutschland (das sind weniger als 1 % aller Haushalte) IPTV nutzen. Wenn den Verbrauchern aber die technischen Möglichkeiten erklärt werden, steigt das Nutzungsinteresse auf 40 % aller Haushalte.

Allerdings gibt es erhebliche Unterschiede im Interesse an einzelnen technischen Features. Das höchste Interesse besteht an werbefreiem Fernsehen, an zeitversetztem Fernsehen und an einer überdurchschnittlichen Bildqualität, wobei diese Features eigentlich IPTV-unabhängig sind. Werbefreies Fernsehen kennen die Konsumenten von Premiere, zeitversetztes Fernsehen ist über DVD-Rekorder heute schon möglich und überdurchschnittliche Bildqualität wird über die HDTV-Technologie kanalunabhängig möglich sein.

Die eigentlichen IPTV-Features folgen auf den Plätzen und interessieren zwischen 54 und 13 % aller Haushalte.

Neben dem allgemeinen Interesse an technischen Features wurde auch die Aufpreisbereitschaft für IPTV abgefragt. Danach sind ca. 40 % der IPTV-Interessierten auch bereit, mehr Geld auszugeben als sie bisher schon für Telefonie- + Internet-Nutzung ausgeben.

Alles in allem bedeutet dies, dass bei den bisherigen Preismodellen für Telefonie-, Internet-Nutzung und TV-Empfang von einem wirtschaftlich zu hebenden Potenzial von ca. 2,6 Mio. HH in Deutschland auszugehen ist. Das ist zwar immerhin das 10-fache der bisherigen Nutzerzahlen, aber trotzdem nur 7 % aller Haushalte.

Die komplette Studie (Excel-Tabellenbericht sowie ca. 20 Key-Charts) ist zum Preis von 1.950 € zu beziehen bei: Martin.Kaldik@gfk.com, Tel. 0911 / 395-3949