

Ergebnisse des SES ASTRA Satellitenmonitors
2002

→ Fernsehempfang und PC/Online-Ausstattung in Europa

Von Christoph Limmer*

Auch nachdem digitales Fernsehen in Europa den Kinderschuhen entwachsen ist, sind die Arten des Fernsehempfangs (Terrestrisch, Kabel oder Satellit) in den europäischen Ländern noch sehr unterschiedlich ausgeprägt. (1) Während im deutschsprachigen und nordeuropäischen Raum sowie in den Beneluxstaaten die Zahl der Fernsehhaushalte, die via Kabel- und Satellitenempfang eine Vielzahl von Programmen empfangen können, über dem europäischen Durchschnitt liegt, gibt es weiterhin eine Reihe von Ländern, in denen sich die Mehrzahl der Haushalte mit einigen wenigen terrestrisch verbreiteten Kanälen begnügt. Dies gilt neben Frankreich und Großbritannien insbesondere für die ost- und südeuropäischen Länder.

Digitales Fernsehen sorgt für Marktdynamik, die jedoch erst einige Länder erfasst hat

Die Vielzahl der Programme und Anwendungsmöglichkeiten, die durch digitales Fernsehen verfügbar werden, sorgen für eine steigende Marktdynamik, die die einzelnen europäischen Länder jedoch unterschiedlich stark erfasst hat. Während beispielsweise in Großbritannien die meisten Satellitenhaushalte (96,1%) bereits von analoger auf digitale Empfangstechnologie gewechselt sind – Marktwachstum wird daher zukünftig primär durch einen Wechsel der Empfangsart (hauptsächlich Terrestrisch) zu Satellit generiert werden – gab es in Deutschland Ende 2002 immer noch 84,8 Prozent analoge Satellitenhaushalte, bei denen eine zukünftige Aufrüstung zu digitaler Empfangstechnologie noch aussteht.

Einzelne Onlinemärkte weisen unterschiedlichen Technologiestand auf

Das anhaltende Wachstum der Onlinemärkte sorgt ebenfalls für zusätzliche Dynamik, wobei hier starke Unterschiede in der Intensität des Wachstums sowie der verwendeten Technologie in den einzelnen europäischen Ländern zu beobachten sind. Während sich im west- und nordeuropäischen Raum Breitbandtechnologie (Internet via Satellit, Kabel oder terrestrischem DSL) zur Internetnutzung immer größerer Beliebtheit erfreut, wird in den osteuropäischen Ländern hauptsächlich noch auf die analoge Telefonleitung und damit auf die Internetverbindung mittels eines Modems zurückgegriffen.

Mit Hilfe des SES ASTRA Satellitenmonitors, der die europäischen Märkte im halbjährlichen Rhythmus beleuchtet, lässt sich die Entwicklung der Fernsehempfangsbedingungen und multimedialen Dienste relativ präzise abbilden. Die im Auftrag des Satellitenbetreibers Société Européenne des Satellites (SES) durchgeführte Studie hat sich mittlerweile zu einer Standardinformationsquelle für unterschiedliche Industrien entwickelt.

Erhebungsmethode

Seit 1989 liefert der SES ASTRA Satellitenmonitor Zahlen zur Empfangssituation des Fernsehens, zu Marktentwicklungen und anderen für die Satellitenindustrie relevanten Daten in Europa. Die Feldarbeit wurde bisher zweimal jährlich in Zusammenarbeit mit bekannten Marktforschungsinstituten durchgeführt und umfasst zur Zeit 30 Staaten in West- und Osteuropa.

Zum Jahresende 2002 wurde die Studie in 28 Ländern durchgeführt. Die untersuchten Länder sind zum einen Belgien, Dänemark, Deutschland, Finnland, Frankreich, Irland, Italien, Kroatien, Luxemburg, Niederlande, Norwegen, Österreich, Polen, Portugal, Schweden, Schweiz, Slowakei, Slowenien, Spanien, Tschechien und Ungarn. Darüber hinaus wurden zum Jahresende 2002 zum zweiten Mal auch Bulgarien, die baltischen Staaten (Estland, Lettland, Litauen), Rumänien, Weißrussland und die Ukraine in die Erhebung mit einbezogen. Die Studie für Großbritannien wurde zur Jahresmitte 2002, für Griechenland Ende 2001 durchgeführt.

Die beauftragten Institute sind beispielsweise in Deutschland NFO Infratest, in Frankreich Synovate, in Großbritannien NFO BJM und in Italien GfK-asm. Nach Prüfung der Erhebungsmethode trägt die in Deutschland durchgeführte Befragung seit 1997 das Qualit tsiegel des Zentralverbands der Deutschen Werbewirtschaft (ZAW-Rahmenschema). Nach Frankreich und Großbritannien im März 2000 wurden nach Überprüfung durch unabhängige Institute mittlerweile auch für Italien, Polen und Spanien vergleichbare Qualitätsstandards bescheinigt.

Die Daten werden einerseits mit Hilfe von Telefoninterviews (CATI = Computer Assisted Telephone Interviews), andererseits im osteuropäischen Markt mit mündlich-persönlichen Interviews (face-to-face) erhoben. Der Fragebogen des SES ASTRA Satellitenmonitors beinhaltet u.a. die Themenbereiche Empfangssituation bei Fernsehen und Multimedia, analoger und digitaler Empfang von Satellitensystemen sowie PC- und Onlineverbreitung.

Kabel-, Satelliten- und terrestrischer Empfang

Fernsehen, Radio und Multimediadienste können über Satellit, Kabel oder terrestrisch empfangen werden. Wie ein Überblick zeigt, sind die Empfangsebenen in den europäischen Ländern unterschiedlich stark ausgeprägt. Während in Deutschland den Erhebungsergebnissen von NFO Infratest zufolge die Zahl der Haushalte, die ausschließlich

SES ASTRA Satellitenmonitor bildet Entwicklung von TV-Empfangsbedingungen und Multimediale Diensten europaweit ab

30 Staaten in West- und Osteuropa werden regelmäsig untersucht

Qualitätsstandards der Befragung wurden in mehreren Ländern bescheinigt

Interviews per Telefon (CATI) und face-to-face

Selbst in großen Märkten Frankreich, Großbritannien, Italien und Spanien überwiegt immer noch terrestrischer Empfang

* SES ASTRA, Strategic Market Development Group, Luxemburg.

auf terrestrischen Empfang zurückgreifen, immer weiter sinkt und zum Jahresende 2002 lediglich noch ca. 5 Prozent aller Fernsehhaushalte ausmachte, wird Fernsehen in den großen Märkten Frankreich, Großbritannien, Italien und Spanien trotz rückläufiger Tendenz nach wie vor überwiegend terrestrisch ausgestrahlt.

Europaweit ist Terrestrik der bedeutendste Empfangsweg

Betrachtet man die 30 untersuchten Staaten insgesamt, erreichen Kabel und Satellit zusammen einen Marktanteil von 51 Prozent, während der ausschließlich terrestrische Fernsehempfang auf 49 Prozent kommt (vgl. Abbildung 1). Nachdem der Anteil terrestrischer Fernsehhaushalte in den letzten Jahren kontinuierlich abnahm, Kabel- und vor allem Satellitenempfang jedoch anstiegen, scheint sich der Markt der verschiedenen Empfangsarten aktuell zu stabilisieren. Innerhalb der Marktanteile gab es im Vergleich zu den letzten Jahren nur noch geringfügige Bewegungen.

Satellitenmarkt wächst am schnellsten

Rund 103,5 Millionen Haushalte (49%) empfangen Fernsehen terrestrisch (50% zum Jahresende 2001), 65,8 Millionen (31%) über Kabel (31% zum Jahresende 2001) und 42,6 Millionen (20%) über Satellit (19% zum Jahresende 2001) (vgl. Abbildung 2). Im Vergleich der drei Empfangsebenen ist der Satellitenmarkt dennoch der am schnellsten wachsende in Europa, wobei die Steigerung des vergangenen Jahres vor allem auf die Entwicklungen in Italien, Deutschland, Spanien und Frankreich zurückzuführen ist. Fasst man alle Empfangsarten zusammen, die auf ein Satellitensignal zurückgehen – Satellitendirektempfang, Satellitenempfang über eine Gemeinschaftsantennen-Anlage (SMATV) und Kabelempfang – so empfangen Anfang 2003 rund 108,4 Millionen Haushalte Fernsehen über Satellit. Dies entspricht 51 Prozent der insgesamt 211,9 Millionen TV-Haushalte in den 30 untersuchten europäischen Staaten. Beim Satellitenempfang im engeren Sinne gewinnt der Direktempfang gegenüber dem Empfang über Gemeinschaftsantennen immer mehr an Bedeutung und steht aktuell bei 79 Prozent (33,7 Millionen), während SMATV-Haushalte bei 21 Prozent (8,9 Millionen) liegen.

Deutschsprachige Staaten haben die meisten Satelliten- und Kabelhaushalte

Fernsehen via Satellit sehen in Europa prozentual die meisten Haushalte in den deutschsprachigen Ländern (Deutschland, Österreich, Schweiz), gefolgt von Großbritannien/Irland und den osteuropäischen Staaten (Bulgarien, Estland, Kroatien, Lettland, Litauen, Polen, Rumänien, Slowakei, Slowenien, Tschechien, Ungarn, Ukraine und Weißrussland). Den höchsten Anteil an Kabelhaushalten gibt es ebenfalls in den deutschsprachigen Staaten, gefolgt von Osteuropa und den Beneluxländern (vgl. Tabelle 1).

Nach den Ergebnissen des SES ASTRA Satellitenmonitors greifen europaweit die meisten Satelliten- und Kabelhaushalte (91,85 Millionen, dies entspricht 84,7%) ausschließlich oder unter anderem auf eine ASTRA-Empfangsanlage zurück.

Digitaler Fernsehempfang in Europa

Insbesondere in den letzten zwei Jahren hat digitales Fernsehen in Europa das Entwicklungsstadium verlassen, die Anzahl der Fernsehhaushalte, die auf digitalen Empfang zurückgreifen, hat sich mehr als verdoppelt. Das Wachstum des digitalen Fernsehens wird einerseits durch die jeweiligen nationalen Pay-TV-Angebote, andererseits aber auch immer mehr durch eine ansteigende Zahl von unverschlüsselt ausgestrahlten Programmen (Free-to-Air) vorangetrieben.

Digitales Fernsehen sehen in den größten Fernsehmärkten Europas die meisten Haushalte in Großbritannien/Irland, gefolgt von Deutschland, Frankreich, Italien und Spanien (vgl. Tabelle 2). Insgesamt empfangen in Europa 25,12 Millionen Fernsehhaushalte digitales Fernsehen, davon 19,41 Millionen (77,5%) über Satellit, 4,82 Millionen (19,2%) über Kabel und 0,89 Millionen (3,5%) terrestrisch. Mehr als drei von vier digitalen TV-Haushalten empfangen heute Fernsehen über Satellit (vgl. Abbildung 3). Dabei verwenden 16,06 Millionen (82,8%) Fernsehhaushalte den digitalen Satellitenreceiver zur Nutzung von Pay-TV-Angeboten, während 3,35 Millionen (17,2%) der Haushalte ausschließlich Free-TV nutzen (vgl. Abbildung 4). Die größten europäischen Märkte für digitales Satellitenfernsehen sind Großbritannien sowie mit Abstand folgend Frankreich, Italien und Deutschland (vgl. Tabelle 3).

Da Fernsehen in den großen Märkten Frankreich, Italien und Spanien nach wie vor überwiegend terrestrisch ausgestrahlt wird, versetzt die späte Entwicklung des digitalen Satellitenmarktes die Haushalte in die Lage, die analoge Empfangsphase zu überspringen und sich mit digitalen Empfangseinheiten direkt auf den neuesten Stand der Technik zu bringen. Entsprechend vollzieht sich der Wechsel zum digitalen Satellitenfernsehen in diesen Ländern (wie auch überwiegend in Großbritannien) größtenteils aus vorherigen terrestrischen Haushalten, während in Deutschland der größte Anteil aus ehemaligen analogen Satellitenhaushalten stammt (vgl. Tabelle 4).

Insgesamt handelte es sich bei den digitalen Fernsehhaushalten in den vergangenen Jahren in erster Linie um Kunden der nationalen Pay-TV-Betreiber. Die steigende Anzahl der Haushalte, die einen digitalen Satellitenreceiver nur zum Empfang unverschlüsselter Programme nutzen, belegt jedoch, dass attraktive digitale Free-TV-Pakete von den Fernsehhaushalten mehr und mehr nachgefragt werden. So nutzten beispielsweise in Deutschland Ende des Jahres 2002 schon ca. 1,01 Millionen Fernsehhaushalte dieses Free-TV-Angebot.

Wachstum beim digitalen Fernsehen durch Pay-TV- und Free-to-Air-Angebote

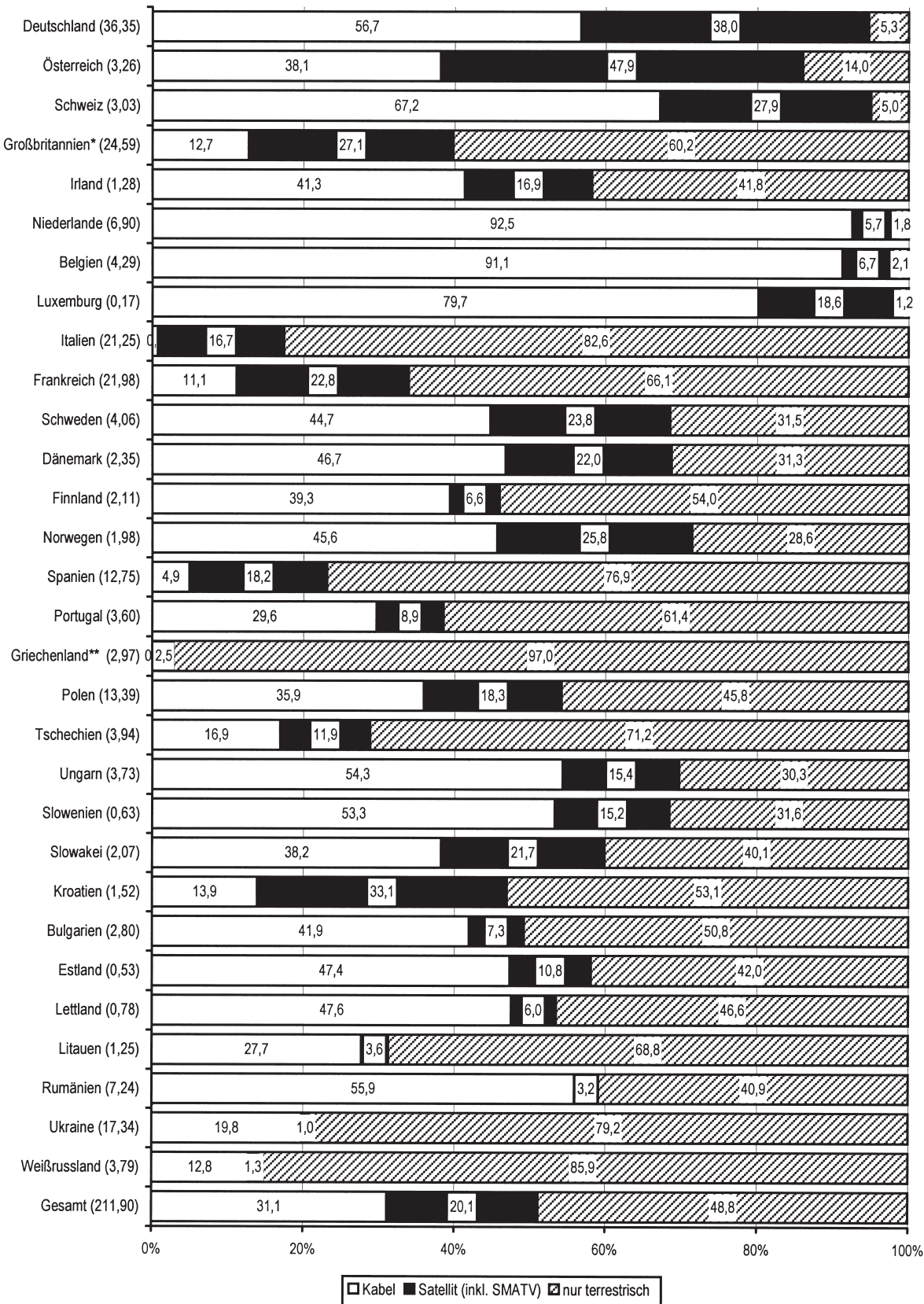
Die meisten digitalen TV-Haushalte gibt es europaweit in Großbritannien

Unterschiedliche Ausgangsbedingungen für Wechsel zu digitalem Empfang

Digitale Free-TV-Pakete werden verstärkt nachgefragt

Abb. 1 Fernsehempfangsarten in Europa

Jahresende 2002, Anteile in %, in Klammern: TV-Haushalte in Mio

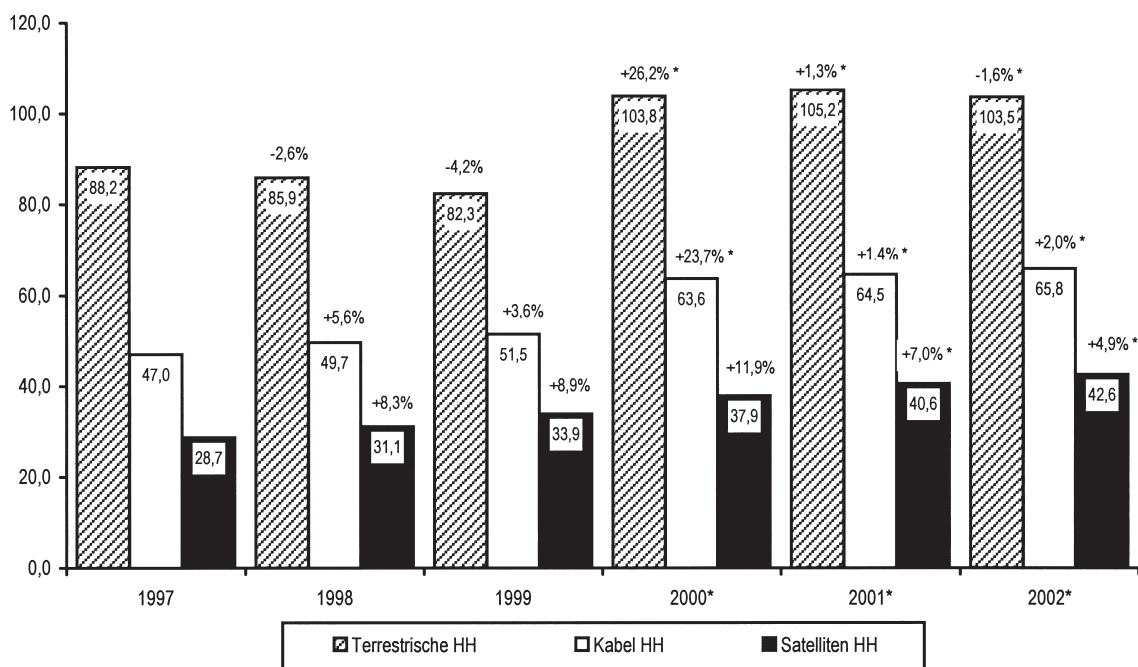


* Die Daten für Großbritannien basieren auf der Jahresmitte-Studie 2002.

** Die Daten für Griechenland basieren auf Jahresende 2001.

Quelle: SES/ASTRA, Satellite Monitors.

Abb. 2 Fernseherempfangsebenen in Europa 1997 bis 2002
jeweils zum Jahresende, TV-Haushalte in Mio



* Inkl. acht zusätzliche Länder: Bulgarien, die baltischen Staaten, Rumänien, Weißrussland und die Ukraine, Daten für Griechenland basieren auf Jahresende 2001; die Daten für Großbritannien basieren auf der Jahresmitte-Studie 2002.

Quelle: SES ASTRA, Satellite Monitors.

Kurzfristig größtes Potenzial für digitalen Satellitenempfang liegt weiterhin in Großbritannien

Europaweit greifen auch beim digitalen Empfang die meisten Satellitenhaushalte (15,18 Millionen, dies entspricht 78,2 %) ausschließlich oder ergänzend auf eine ASTRA-Empfangsanlage zurück. Das kurzfristig größte Potenzial für digitalen Satellitenempfang liegt weiterhin in Großbritannien: 3,32 Millionen TV-Haushalte bejahten die Frage, ob sie sich in den nächsten sechs Monaten einen digitalen Satellitenreceiver zulegen möchten. In Italien (2,21 Millionen) und Frankreich (1,51 Millionen) wird die Zahl der potenziellen Käufer digitaler Geräte durch digitales Pay-TV (u.a. - durch Sportübertragungen) beeinflusst, während in Deutschland (1,84 Millionen) ein stärkeres Interesse nach Free-TV-Angeboten herrscht (vgl. Tabelle 5). Entsprechend der aktuellen Marktentwicklung (45,6% aller europäischen Satellitenhaushalte sind mittlerweile digital) ist auch zukünftig davon auszugehen, dass sich der Satellitenempfang in Europa bei stetigem Wachstum schrittweise vom analogen zum digitalen Empfang wandeln wird.

PC- und Onlinemarkt

Fast 50 Prozent aller TV-Haushalte in Europa besitzen einen PC

Der PC- und Onlinemarkt ist in den letzten zwei Jahren nochmals stark gewachsen. Während zur Jahremitte 2000 63,28 Millionen Fernsehhaushalte einen PC besaßen, waren es Ende des Jahres 2002 bereits 86,5 Millionen, das entspricht 49,4 Prozent aller Fernsehhaushalte. Die größten Märkte sind Deutschland (20,53 Millionen), Großbritannien (12,87 Millionen), Italien (11,15 Millionen) und Frankreich (8,78 Millionen) (vgl. Abbildung 5).

① Satelliten- und Kabelempfang in Europa nach Regionen

Jahresende 2002, in %

Region	Fernsempfang (Satellit ¹⁾)	(Kabel ²)
Deutschland/Österreich/Schweiz	38,2	36,3
Großbritannien ³ /Irland	16,2	5,5
Zentrales Osteuropa ⁴)	12,6	28,8
Frankreich	11,8	3,7
Nordische Staaten ⁵)	5,0	7,1
Spanien/Portugal	6,2	2,6
Italien	8,3	0,2
Belgien/Niederlande/Luxemburg	1,7	15,8
Gesamt	100,0	100,0

1) Basis: 42,5 Millionen Satellitenhaushalte in Europa (29 Staaten).

2) Basis: 65,8 Millionen Kabelhaushalte in Europa (29 Staaten).

3) Daten für Großbritannien basieren auf der Jahresmitte-Studie 2002.

4) Bulgarien, Estland, Kroatien, Lettland, Litauen, Polen, Rumänien, Slowakei, Slowenien, Tschechien, Ungarn, Ukraine und Weißrussland.

5) Dänemark, Finnland, Norwegen und Schweden.

Quelle: SES ASTRA, Satellite Monitors.

Die Anzahl der Onlinehaushalte in Europa hat sich in den letzten zwei Jahren sogar mehr als verdoppelt und lag Ende 2002 bei 64,37 Millionen, davon stammen 45,40 Millionen aus den sechs größten

In Europa gibt es rund 64 Millionen Onlinehaushalte

② **Empfangsebenen in den größten Fernsehmärkten Europas**

Jahresende 2002, TV-Haushalte in Mio

	Deutschland	Frankreich	Großbritannien ¹⁾	Italien	Polen	Spanien	Gesamt
TV- Haushalte	36,35	21,98	24,59	21,25	13,39	12,75	130,31
Kabel	20,63	2,45	3,12	0,15	4,81	0,63	31,77
Satellit ²⁾	13,81	5,01	6,67	3,55	2,45	2,32	33,80
Terrestrisch (ausschließlich)	1,92	14,52	14,80	17,56	6,13	9,81	64,74
Digitale TV-Haushalte	3,77	3,32	9,14	2,93	0,75	1,59	21,49
Satellit ²⁾	2,10	3,09	6,41	2,79	0,75	1,59	16,73

1) Daten für Großbritannien basieren auf Jahresmitte 2002.

2) Direktempfang und Gemeinschaftsantennenempfang (SMATV) zusammengefasst.

Quelle: SES ASTRA, Satellite Monitors.

③ **Digitale Satellitenhaushalte in Europa**

Jahresende 2002

Land	Haushalte in Mio	in %
Großbritannien ¹⁾	6,41	37,1
Frankreich	3,09	17,9
Italien	2,79	16,2
Deutschland	2,10	12,2
Spanien	1,59	9,2
Polen	0,75	4,3
Niederlande	0,29	1,7
Österreich	0,25	1,4

Basis: 17,27 Mio digitale Satellitenhaushalte in den genannten Ländern.

1) Daten für Großbritannien basieren auf Jahresmitte 2002.

Quelle: SES ASTRA, Satellite Monitors.

Satellitenmärkten Deutschland, Frankreich, Italien, Polen, Spanien und Großbritannien. Fast drei von vier PC-Haushalten in diesen sechs Ländern verfügen mittlerweile über einen Onlineanschluss (vgl. Abbildung 6). Im Hinblick auf die Anzahl der Onlineanschlüsse befinden sich Deutschland, Großbritannien, Italien und Frankreich in der Spitzengruppe (vgl. Tabelle 6). Beim Grad der Versorgungsdichte mit Onlineanschlüssen haben die Niederlande (65,9% aller TV-Haushalte) vor Schweden (65,8%), der Schweiz (62,8%) und den restlichen nordischen Staaten die Führungsposition inne.

Anzahl der Internetverbindungen per Breitbanddienst nimmt deutlich zu

Onlinehaushalte tendieren bei der Wahl der Internetverbindung immer mehr zu Breitbanddiensten. Lag die Zahl der Breitband-Onlineutzer (Internet via Satellit, Kabel oder terrestrischem ADSL) Ende 2000 noch bei 1,37 Millionen, vervielfachte sich diese bis Ende 2002. Aktuell nutzen bereits 11,88 Millionen Onlinehaushalte das Angebot breitbandiger Internetdienste.

Satellitenhaushalte sind auch weiterhin besser mit PCs bzw. Onlineanschlüssen ausgerüstet als der Durchschnitt aller Fernsehhaushalte, sodass diese eine attraktive Zielgruppe für neue Multimediainhalte via Satellit bilden. Noch höher ist die Ausstattung mit neuen Medien in digitalen Satellitenhaushalten. So besitzen 64,9 Prozent aller digitalen Satellitenhaushalte in den sechs größten europäischen Fernsehmärkten (Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Italien, Polen und Spanien) einen PC und 52,0 Prozent sind online. Die Vergleichswerte aller Fernsehhaushalte in diesen Ländern betragen 47,4 Prozent bzw. 34,8 Prozent (vgl. Tabelle 7).

Fazit

Im Gegensatz zu Deutschland überwiegt in anderen großen Fernsehmärkten Europas wie Großbritannien, Frankreich, Italien und Spanien trotz rückläufiger Tendenz nach wie vor der terrestrische Fernsehempfang. Für Zuschauer, die in diesen Ländern auf ein größeres Programmangebot als zuvor zurückgreifen möchten, liegt es nahe, direkt auf digitalen Empfang zu wechseln, was größtenteils durch einen Wechsel auf digitalen Satellitendirektempfang geschieht. Hiermit ist auch zu begründen, warum der Satellitenmarkt von allen Empfangsarten am schnellsten wächst und die meisten mit einer Satellitenschüssel ausgestatteten Haushalte in Großbritannien bereits digital fernsehen, während in Deutschland die große Mehrheit noch das analoge Signal empfängt.

Über die höchste Satelliten- wie auch Kabeldichte verfügen nach wie vor die deutschsprachigen Staaten. Zu einem Wachstum des digitalen Fernsehens kommt es in diesen Ländern nicht nur durch die Nachfrage nach Pay-TV, sondern verstärkt auch nach Free-to-Air-Angeboten, wie sie beispielsweise von ARD und ZDF angeboten werden. Insgesamt ist hier wie auch in anderen europäischen Staaten mit einem allmählichen, schrittweise erfolgenden Übergang von analogem zu digitalem Empfang zu rechnen.

Durch eine deutlich höhere Dynamik war in den letzten Jahren der PC- und Onlinemarkt gekennzeichnet, sodass inzwischen immerhin rund jeder zweite Fernsehhaushalt in Europa über einen PC verfügt, und in den sechs größten Fernsehmärkten drei Viertel der PC-Haushalte einen Onlinean-

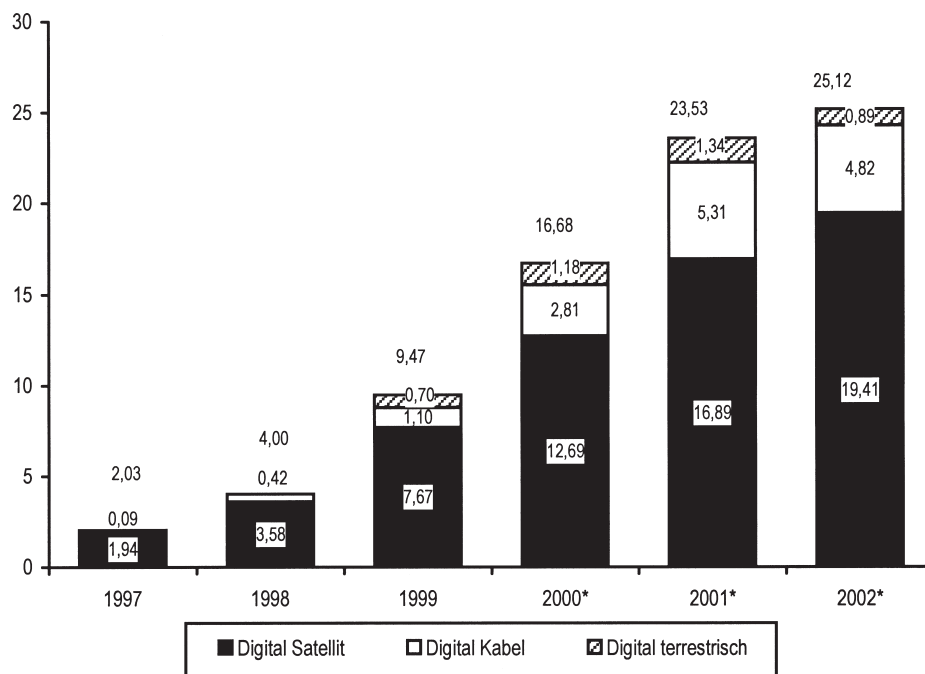
(Digitale) Satellitenhaushalte verfügen über vergleichsweise hohe PC- bzw. Onlineausstattung

In fast allen großen europäischen TV-Märkten dominiert immer noch der terrestrische Empfang

Übergang von der analogen zur digitalen TV-Übertragung erfolgt schrittweise

Onlinemärkte sind durch große Entwicklungsunterschiede innerhalb Europas gekennzeichnet

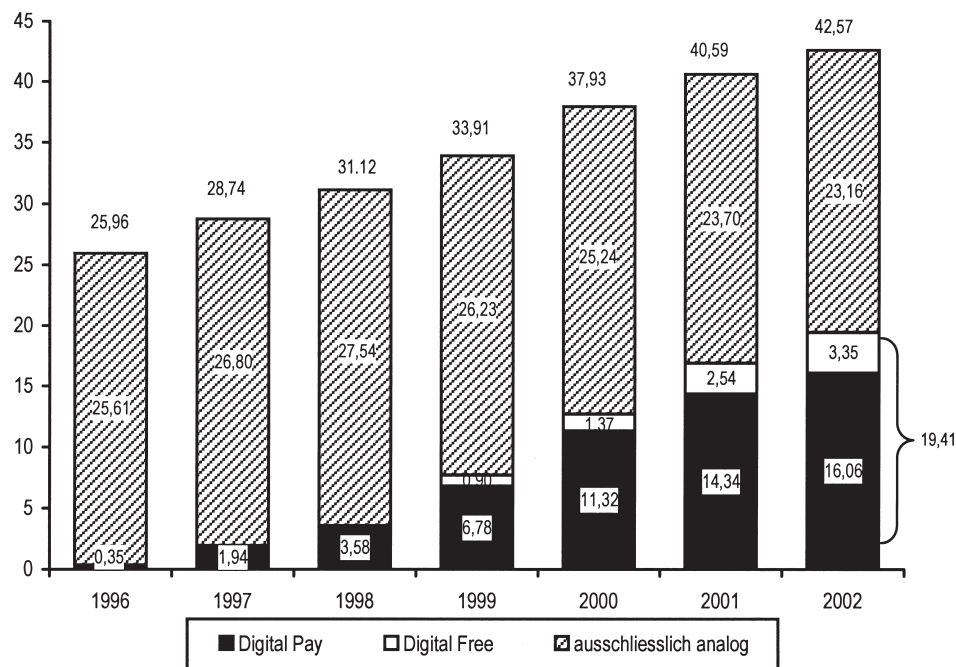
Abb. 3 Digitaler Fernsehempfang in Europa*
jeweils zum Jahresende, digitale TV-Haushalte in Mio



* Inkl. acht zusätzliche Länder: Bulgarien, die baltischen Staaten, Rumänien, Weißrussland und die Ukraine, Daten für Griechenland basieren auf Jahresende 2001; die Daten für Großbritannien basieren auf der Jahresmitte-Studie 2002.

Quelle: SES ASTRA, Satellite Monitors.

Abb. 4 Analoger und digitaler Fernsehempfang in Europa*
jeweils zum Jahresende, Satellitenhaushalte in Mio



* Inkl. acht zusätzliche Länder: Bulgarien, die baltischen Staaten, Rumänien, Weißrussland und die Ukraine, Daten für Griechenland basieren auf Jahresende 2001; die Daten für Großbritannien basieren auf der Jahresmitte-Studie 2002.

Quelle: SES ASTRA, Satellite Monitors.

④ **Empfangsweise vor dem Erwerb eines digitalen Satellitenreceivers**

Jahresende 2002, in Mio

	Digitale Satellitenhaushalte waren vorher		
	Satellit analog	Kabel	terrestrisch
Deutschland	1,37	0,38	0,26
Frankreich	0,66	0,11	2,31
Großbritannien ¹⁾	1,90	0,62	3,78
Italien	0,41	0,01	2,31
Polen	0,35	0,05	0,45
Spanien	0,13	0,02	1,43

1) Daten für Großbritannien basieren auf Hochrechnungen von SES ASTRA.

Quelle: SES ASTRA, Satellite Monitors.

⑤ **Geplanter Erwerb eines digitalen Satellitenreceivers**

in Europa innerhalb der nächsten sechs Monate

Jahresende 2002

	TV-Haushalte in Mio
Deutschland	1,84
Frankreich	1,51
Großbritannien ¹⁾	3,32
Italien	2,21
Polen	0,53
Spanien	0,42

1) Daten für Großbritannien basieren auf Hochrechnungen von SES ASTRA.

Quelle: SES ASTRA, Satellite Monitors.

⑥ **PC- und Onlineausstattung in den größten Fernsehmärkten Europas**

Jahresende 2002, TV-Haushalte in Mio

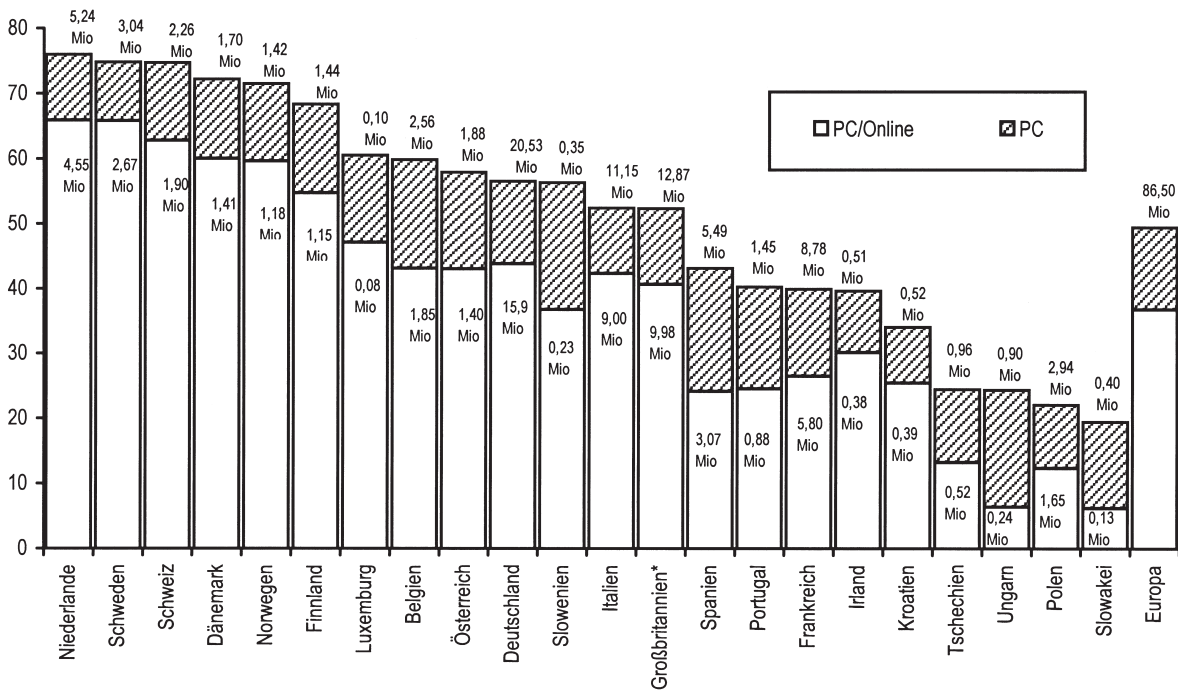
	Deutschland	Frankreich	Großbritannien ¹⁾	Italien	Polen	Spanien
TV-Haushalte gesamt	36,35	21,98	24,59	21,25	13,39	12,75
PC-Ausstattung	20,53	8,78	12,87	11,15	2,94	5,49
Onlineanschluss	15,91	5,80	9,98	9,00	1,65	3,07

1) Daten für Großbritannien basieren auf Hochrechnungen von SES ASTRA.

Quelle: SES ASTRA, Satellite Monitors.

Abb. 5 **PC- und Onlineausstattung in Europa**

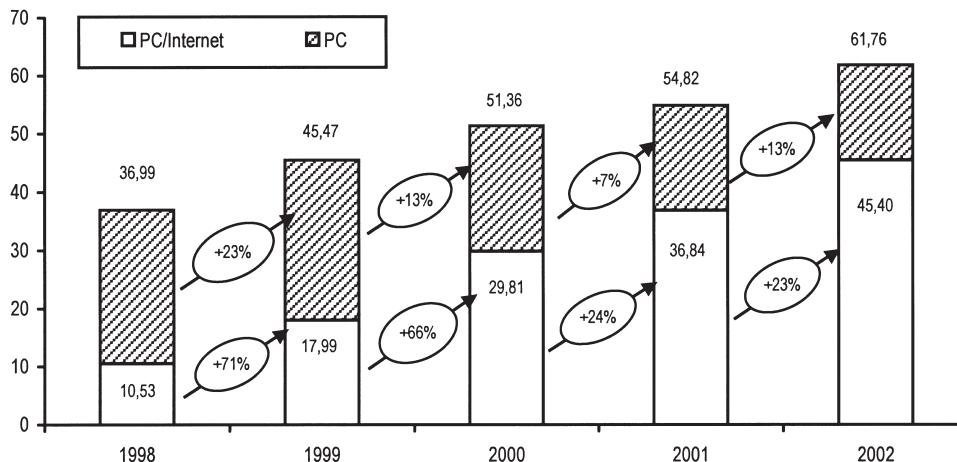
Jahresende 2002, TV-Haushalte in %



* Die Daten für Großbritannien basieren auf der Jahresmitte-Studie 2002.

Quelle: SES ASTRA, Satellite Monitors, Digitale Fernsehbetreiber.

Abb. 6 PC- und Onlineausstattung in Europa 1998 bis 2002*
jeweils zum Jahresende, TV-Haushalte in Mio



* In den sechs größten Satellitenmärkten Deutschland, Frankreich, Italien, Polen, Spanien und Großbritannien**.

** Hochrechnungen von SES ASTRA basierend auf Jahresmitteldaten 2002.

Quelle: SES ASTRA, Satellite Monitors.

⑦ PC- und Onlineausstattung nach TV-Empfangsart in Europa¹⁾

Jahresende 2002, in %

	PC	PC/Online
TV-Haushalte gesamt	47,4	34,8
Satellitenhaushalte gesamt	58,6	45,2
Digitale Satellitenhaushalte gesamt	64,9	52,0

1) In den sechs größten TV-Märkten in Europa: Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Italien, Polen, Spanien.

Lesebeispiel: 47,4 Prozent aller TV-Haushalte in den ausgewählten Ländern besitzen einen PC und 34,8 Prozent haben zusätzlich einen Onlineanschluss.

Quelle: SES ASTRA, Satellite Monitors.

schluss besitzen. Der Onlinemarkt zeigt jedoch zugleich, dass die Entwicklungsunterschiede innerhalb Europas – etwa hinsichtlich der technischen Ausstattung – sehr hoch sind. So verfügen die deutschsprachigen, nordeuropäischen und Beneluxstaaten über eine wesentlich besser ausgestattete Infrastruktur als zum Beispiel einige süd- oder ost-europäische Länder.

Anmerkungen:

- 1) Der vorliegende Beitrag ist eine Fortschreibung des Berichts über den Satellitenmonitor 2000, der vor fast drei Jahren in dieser Zeitschrift erschienen ist. Vgl. Keinath, Annette: Fernsehempfang und PC/Online-Ausstattung in Europa. Ergebnisse des SES/ASTRA Satellite Monitors 2000. In: Media Perspektiven 10/2000, S. 451-457.

