

Ergebnisse einer repräsentativen Studie
der ARD/ZDF-Medienkommission

→ Mobiles Fernsehen: Interessen, potenzielle Nutzungskontexte und Einstellungen der Bevölkerung

ARD/ZDF-Projektgruppe Mobiles Fernsehen*

**Zukunftsvision:
Orts- und zeitunabhän-
gige TV-Nutzung**

Unter den Zukunftsvisionen, die für das Medium Fernsehen entworfen werden, spielt die orts- und zeitsouveräne Nutzung von Fernsehinhalten eine zentrale Rolle. Das Fernsehen soll mobil werden, an jedem Ort und zu jeder Zeit verfügbar. Im Unterschied zum Radio, das schon immer ein mobiles Medium gewesen ist und sich auch im Podcast-Markt erfolgreich entwickelt, dominiert beim Fernsehen aber bislang die stationäre Nutzung in den eigenen vier Wänden der Zuschauer.

Zumindest in der Fachöffentlichkeit galt das mobile Fernsehen als *der* Trend im Jahr 2006. In mehreren Ballungsräumen starteten Pilotprojekte, wobei man sich insbesondere von der zeitlichen Verknüpfung mit der Fußballweltmeisterschaft 2006 einen positiven Schub für die Akzeptanz des mobilen Fernsehens erhoffte. (1) Obgleich die langfristigen Marktprognosen optimistisch sind, kann man davon ausgehen, dass derzeit noch keine Potenziale für einen Massenmarkt vorhanden sind. (2) Unsicherheit bezüglich der technischen Standards (DVB-H, DMB), geringer Bedarf sowie eine geringe Zahlungsbereitschaft auf Seiten der Nutzer gelten als die wesentlichen Gründe für diese Einschätzung.

**Empfang über
verschiedene
Endgeräte möglich**

Mobiles Fernsehen: Vielfältige Konzepte und Standards

Obgleich der Begriff Handy-TV am häufigsten verwendet wird, ist das mobile Fernsehen auch über verschiedene andere Endgeräte möglich. Neben dem Handy, das von den mobilen Geräten heute den höchsten Verbreitungsgrad hat, kommen für den mobilen Fernsehempfang zum Beispiel auch tragbare Minifernseher, Laptops oder Organizer in Frage. Insbesondere bei Minifernsehern und Laptops spielt der Empfang über DVB-T eine wichtige Rolle, der digitale terrestrische Verbreitungsweg ist heute von 75 Prozent der Bundesbürger nutzbar. (3)

**Handy-TV im DMB-
Standard bisher in
zwölf Großstädten**

Handy-TV im DMB-Standard, der auf dem digitalen Radiostandard DAB aufbaut, ist derzeit in zwölf Großstädten empfangbar. Ende Mai 2006 wurde kommerzielles Handy-TV vom Plattformbetreiber Mobiles Fernsehen Deutschland (MFD) in Berlin, Frankfurt am Main, Köln, München, Stuttgart und Nürnberg (Juni 2006) eingeführt. Im September 2006 wurden die Standorte um weitere

fünf Städte, nämlich Dortmund, Gelsenkirchen, Hamburg, Hannover, Leipzig und Saarbrücken erweitert. Das Programmangebot der MFD umfasst zwei reguläre Fernsehsender (ZDF und N24), einen Musikkanal (Videoclips von MTV) sowie das Programm „ProSiebenSat.1 Mobil“ mit Unterhaltungsangeboten wie Comedys, Shows und Telenovelas.

DVB-H, eine Weiterentwicklung des terrestrischen Digitalfernsehens DVB-T für Handhelds, wurde erstmals in Berlin getestet. Im Februar 2005 wurde ein Sendernetz für die Verbreitung von DVB-H in Betrieb genommen, der Testbetrieb dauerte zwölf Monate. Das Angebot umfasste 16 Fernsehprogramme, interaktive Fernsehdienste, Nachrichtenticker sowie 18 Radiosender. Die bundesweite Ausschreibung von Frequenzen für DVB-H ist für das Jahr 2007 geplant.

Daneben bieten die großen Mobilfunk-Netzbetreiber auch Videostreams und Livestreams über UMTS an. Hier handelt es sich in der Regel um Programmteile der Privatsender, neben wenigen so genannten Basiskanälen, die für UMTS-Kunden kostenlos sind, ist die Mehrheit dieser Angebote kostenpflichtig. Beim Fernsehempfang hat UMTS allerdings enge Kapazitätsgrenzen; sobald gleichzeitig viele Zugriffe stattfinden, ist das Netz schnell überlastet.

Die Nutzung verschiedener technischer Standards wird in Zukunft durch hybride Endgeräte möglich sein. So ist der in Entwicklung befindliche Standard DXB (Digital eXtended Multimedia Broadcasting) eine Plattform, auf der eDAB, DVB-H und der auf UMTS-Basis arbeitende MBMS verfügbar sein wird. (4)

ARD/ZDF-Studie zum mobilen Fernsehen

In Bezug auf die weitere Entwicklung ist die Frage entscheidend, ob sich bei der Bevölkerung ein Bedarf für die mobile Nutzung von Fernsehinhalten entwickelt und in welchen Nutzungskontexten eine solche Nutzung interessant sein könnte. Für die Anbieter mobiler Fernsehinhalte ist zudem die Frage wichtig, welche Inhalte und Sendungsformen (Machart, Längen) für die mobile Nutzung in Frage kommen. Diesen Fragen ist eine Untersuchung der ARD/ZDF-Medienkommission, die im November 2006 durchgeführt wurde, nachgegangen. Die repräsentative Studie wurde als Nachbefragung wiederbefragungsbereiter Personen aus der ARD/ZDF-Offline/Online-Studie 2006 realisiert. Die Erhebung wurde in Form telefonischer computergestützter Interviews (CATI) vom Institut ENIGMA GfK Medien- und Marketingforschung durchgeführt. Insgesamt wurden bundesweit 1001 Personen ab 14 Jahre befragt. Um Repräsentativität herzustellen, wurde die Stichprobe nach Alter, Geschlecht, Bildung und Bundesland nach Vorgaben der Media-Analyse 2006 gewichtet.

**DVB-H-Standard
noch im Projektsta-
dium**

**Video- und Live-
streams über UMTS**

**Repräsentativ-
befragung im
November 2006**

* Der Projektgruppe unter Leitung von Claudia Schmidt (WDR) gehören an: Erk Simon (WDR), Bernhard Engel, Beate Frees (beide ZDF), Ekkehardt Oehmichen (tr) und Birgit van Eimeren (BR).

① **Generelles Interesse: Mobile Fernscheidung über Minigeräte**

Personen ab 14 Jahre, in %

	Gesamt	Geschlecht		Altersgruppen			Berufstätigkeit			Schulbildung		
		weibl.	männl.	14-29 J.	30-49 J.	ab 50 J.	voll/teil	Aus- bildung	nicht	VS/HS	WfS	Abitur/ Studium
sehr interessiert	5	3	7	10	3	4	5	10	2	5	4	5
etwas interessiert	8	6	10	22	8	1	7	29	2	6	9	9
weniger interessiert	13	10	16	23	17	5	14	24	8	9	16	17
gar nicht interessiert	75	82	67	45	73	90	74	37	88	81	71	69

Basis: Alle Befragten (n=1 001).

Quelle: ARD/ZDF-Studie Mobiles Fernsehen 2006.

② **Interesse an mobiler Fernscheidung über bestimmte Minigeräte**

Personen ab 14 Jahre, sehr/etwas interessiert, in %

	Gesamt	Geschlecht		Altersgruppen			Berufstätigkeit			Schulbildung		
		weibl.	männl.	14-29 J.	30-49 J.	ab 50 J.	voll/teil	Aus- bildung	nicht	VS/HS	WfS	Abitur/ Studium
über Handy	12	11	14	34	11	4	10	45	5	9	14	17
über Organizer, PDA, elektr. Timer	11	7	15	27	10	5	10	37	3	9	13	13
über ein Minifernsehgerät	14	12	17	31	15	7	16	36	5	13	15	16
über einen MP3-Player/iPod	14	12	17	37	12	6	13	43	6	12	15	18

Basis: Alle Befragten (n=1 001). An mindestens einem der genannten Geräte sind 24% (n=242 Personen) sehr oder etwas interessiert.

Quelle: ARD/ZDF-Studie Mobiles Fernsehen 2006.

In der Erhebung ging es um folgende Themenkomplexe:

- Interesse an mobilem Fernsehen,
- Interesse an Sendungsarten/Beiträgen bei mobiler Fernscheidung,
- Interesse an interaktiven Angeboten,
- potenzielle Nutzungskontexte für das mobile Fernsehen,
- Anschaffungswahrscheinlichkeit mobiler Empfangsgeräte,
- Aussagen/Meinungen zum mobilen Fernsehen und
- derzeitige Nutzung mobiler Fernsehhalte.

Repräsentative Umfragen zum mobilen Fernsehen stehen vor dem Problem, dass die überwiegende Mehrheit der Bevölkerung noch keine eigenen Erfahrungen mit mobiler Fernscheidung gemacht hat. So musste sich die Untersuchung dieser Fragestellung auf eher allgemeine Einschätzungen zu Interessen, potenziellen Nutzungskontexten und Vorstellungen beschränken.

Untersuchungsergebnisse

Geringes Interesse an mobiler TV-Nutzung

Das Interesse an mobiler Fernscheidung ist insgesamt gering: Nur 13 Prozent der Gesamtbevölkerung sind zumindest etwas daran interessiert. Tendenziell etwas höher ist das Interesse bei jüngeren (14 bis 29 Jahre) und Männern. So zeigt sich ein Drittel (32%) der 14- bis 29-Jährigen und 17 Prozent der männlichen Befragten an mobiler Fern-

scheidung interessiert. Am höchsten ist das Interesse mit 39 Prozent bei jüngeren, in Ausbildung befindlichen Befragten. Aber auch in diesen Bevölkerungsgruppen gibt die überwiegende Mehrheit explizit an, derzeit kein Interesse an mobiler Fernscheidung zu haben (vgl. Tabelle 1).

Differenziert man das Interesse nach mobilen Empfangsgeräten (Handy, Organizer/PDA/Timer, Minifernseher, MP3-Player/iPod), so sind jüngere Personen an der mobilen Nutzung über alle Geräte am ehesten interessiert. Hier liegen das Handy und der MP3-Player/iPod, aufgrund der Beliebtheit dieser Geräte in der Altersgruppe 14 bis 29 Jahre, mit 34 Prozent bzw. 37 Prozent an der Spitze (vgl. Tabelle 2). Geräte wie Organizer, Timer und PDAs sind in diesem Zusammenhang etwas weniger wichtig. An mobiler Nutzung über einen Minifernseher sind 31 Prozent der 14- bis 29-Jährigen interessiert. Insgesamt ist das Interesse zwar auch in Bezug auf den Minifernseher gering ausgeprägt, ältere Befragte ab 30 Jahre können sich tendenziell aber etwas eher einen Minifernseher als Handy und MP3-Player für die mobile Nutzung vorstellen. Dieser Befund kann folgendermaßen interpretiert werden: Das Handy ist, obgleich auch bei Älteren weit verbreitet, in Bezug auf die Beliebtheit und auch die Nutzung multimedialer Angebote das Medium der jungen Generation. Daher sind jüngere auch am ehesten an der Fernscheidung über das Handy interessiert. Für ältere Menschen ist die Fernscheidung über das Handy weniger vorstellbar. Für die mobile Nutzung würden sie, wenn überhaupt, eher einen Minifernseher bevorzugen.

Ab 30-Jährige können sich mobiles TV am ehesten über Minifernseher vorstellen

③ **Genutzte Geräte**

Personen ab 14 Jahre, in %

	Gesamt	Mobil-TV-Interessierte	Geschlecht		Altersgruppen			Berufstätigkeit			Schulbildung		
			weibl.	männl.	14-29 J.	30-49 J.	ab 50 J.	voll/teil	Ausbildung	nicht	VS/HS	WFS	Abitur/Studium
Handy	82	94	76	89	98	91	69	93	98	64	71	92	92
Organizer, PDA, Elektronische Timer	9	18	4	14	15	12	4	12	16	3	5	10	16
MP3-Player/iPod	26	49	21	32	62	29	8	29	75	7	17	28	43
Minifersehgerät	2	6	0	4	0	2	3	3	1	2	3	1	2
Laptop	27	39	19	37	41	32	17	35	45	11	19	29	44

Basis: Alle Befragten (n=1 001).

Quelle: ARD/ZDF-Studie Mobiles Fernsehen 2006.

Männer, die sich generell durch eine höhere Technikaffinität auszeichnen, sind am mobilen Fernsehen über alle Geräte stärker interessiert als Frauen. Bezogen auf die männliche Bevölkerung insgesamt zeigt sich auch hier, dass das Interesse an Fernsehinhalten auf dem MP3-Player/iPod und dem Miniferseher mit jeweils 17 Prozent höher ist als am Handy mit 14 Prozent.

Handy ist das am weitesten verbreitete Medium für Mobil-TV

Von den mobilen Geräten, die – entsprechende Technik und Empfangswege vorausgesetzt – potenziell auch Fernsehprogramme empfangen können, hat das Handy mit Abstand den höchsten Verbreitungsgrad. 82 Prozent der Bevölkerung ab 14 Jahre verfügen über ein Handy, einen MP3-Player oder iPod besitzen 26 Prozent, einen Laptop 27 Prozent, einen Organizer/Personal Digital Assitent (PDA)/Timer 9 Prozent und einen Miniferseher 2 Prozent. Während fast jeder Bundesbürger unter 50 Jahre ein Handy besitzt (14 bis 29 Jahre: 98%, 30 bis 49 Jahre: 91%) ist der Handybesitz bei Personen ab 50 Jahre mit 69 Prozent niedriger. Starke Altersdifferenzen gibt es beim Besitz der mobilen Geräten MP3-Player/iPod und dem Laptop. In der Altersgruppe 14 bis 29 Jahre hat die Mehrheit (62%) einen MP3-Player bzw. iPod, bei den 30- bis 49-Jährigen sind es 29 Prozent und bei den ab 50-Jährigen nur 8 Prozent. Einen Laptop besitzen 41 Prozent der 14- bis 29-Jährigen und 32 Prozent der 30- bis 49-Jährigen, bei den ab 50-Jährigen sind es nur 17 Prozent. Betrachtet man diejenigen Personen, die generell am mobilen Fernsehen interessiert sind, so ist die Ausstattung mit mobilen Geräten in dieser Gruppe besonders gut. 94 Prozent besitzen ein Handy, 49 Prozent einen MP3 Player/iPod, 39 Prozent einen Laptop, 18 Prozent einen Organizer/PDA und 6 Prozent einen Miniferseher (vgl. Tabelle 3).

Mobiles Fernsehen wird auch bei Verfügbarkeit bisher kaum genutzt

Die derzeitige Verbreitung von Geräten, mit denen der Empfang von Fernsehprogrammen möglich ist, ist äußerst gering. Auch die Personen, die bereits mobil fernsehen können, nutzen dieses Angebot nur selten. Bezogen auf die Bevölkerungsgruppe, die ein Handy nutzt, geben 5 Prozent an, mit ihrem Handy Fernsehprogramme empfangen zu können.

Die überwiegende Mehrheit nutzt diese Möglichkeit aber nur selten oder nie. Dabei ist natür-

lich zu berücksichtigen, dass die Nutzung in der Regel den Abschluss eines entsprechenden kostenpflichtigen Dienstes voraussetzt. Beim MP3-Player/iPod sind es 2 Prozent und beim Organizer/PDA 11 Prozent, die angeben, potenziell auch Fernsehprogramme empfangen zu können. Den derzeit höchsten Anteil potenzieller Fernschnutzung hat der Laptop: Hier geben 38 Prozent an, dass sie auch Fernsehprogramme empfangen können. Davon immerhin 8 Prozent nutzen diese Möglichkeit auch mindestens mehrmals im Monat (vgl. Tabelle 4).

Welche Formen des Fernsehprogramms und welche Inhalte sind aus Sicht der potenziellen Nutzergruppe derzeit interessant?

Auch beim mobilen Fernsehen wird mehrheitlich das Bekannte, nämlich das ganz „normale Fernsehprogramm“, gewünscht. Aufgrund fehlender Erfahrungen mit speziellen Angeboten für das mobile TV wie zum Beispiel extra produzierten Angeboten ist dieses Ergebnis allerdings nur begrenzt aussagekräftig. Es deutet aber zumindest darauf hin, dass über die bestehenden Angebote im TV-Markt hinaus kein besonders hoher Bedarf nach neuen Inhalten im mobilen Fernsehen besteht (vgl. Tabelle 5).

Darüber hinaus wird ein Programm bevorzugt, das jederzeit und nicht nur zeitgleich zum normalen Fernsehprogramm (Livestream) abrufbar ist. 75 Prozent derjenigen, die an mobilem Fernsehen zumindest etwas interessiert sind, sprechen sich für Fernsehprogramme aus, die zu jedem beliebigen Zeitpunkt abrufbar sind (vgl. Tabelle 6). Hier ergeben sich kaum Unterschiede in den soziodemografischen Gruppen.

Bei der Interpretation der inhaltlichen Interessen ist zu berücksichtigen, dass unter der potenziellen Nutzergruppe Jüngere überdurchschnittlich vertreten sind, so dass sich auch deren Interessen stärker widerspiegeln.

Bedarf beschränkt sich auf bekannte Fernsehinhalte

Zeitunabhängige Nutzung wird bevorzugt

④ **Fernsehempfang/-nutzung über mobile Geräte**

Personen ab 14 Jahre, in %

	Gesamt
Kann mit meinem Handy Fernsehen empfangen	
Nein	95
Ja	5
und nutze das	
mehrmals täglich	0
täglich	0
mehrmals pro Woche	0
einmal pro Woche	0
mehrmals im Monat	0
seltener	1
nie	3
Kann mit meinem Organizer, PDA (Personal Digital Assitant), elektronischen Timer Fernsehen empfangen	
Nein	89
Ja	11
und nutze das	
mehrmals täglich	0
täglich	-
mehrmals pro Woche	1
einmal pro Woche	-
mehrmals im Monat	1
seltener	1
nie	8
Kann mit meinem MP3-Player bzw. iPod Fernsehen empfangen	
Nein	98
Ja	2
und nutze das	
mehrmals täglich	-
täglich	-
mehrmals pro Woche	-
einmal pro Woche	-
mehrmals im Monat	0
seltener	
nie	1
Kann mit meinem Minifernsehgerät Fernsehen empfangen	
Nein	
Ja	100
und nutze das	
mehrmals täglich	-
täglich	34
mehrmals pro Woche	12
einmal pro Woche	16
mehrmals im Monat	3
seltener	14
nie	21
Kann mit meinem Laptop Fernsehen empfangen	
Nein	62
Ja	38
und nutze das	
mehrmals täglich	1
täglich	1
mehrmals pro Woche	3
einmal pro Woche	2
mehrmals im Monat	1
seltener	10
nie	21

Basis: Befragte, die das jeweilige Gerät nutzen (Handy: n=825; Organizer/PDA: n=89; MP3-Player/iPod: n=260; Minifernseher: n=21; Laptop: n=275).

Inhaltlich sind kurze Nachrichtenbeiträge, Verkehrsmeldungen, Musikclips und Sport in Bezug auf das mobile Fernsehen am interessantesten. Besonders stark ist das Interesse an Nachrichtenbeiträgen: 91 Prozent halten diese auch beim mobilen Fernsehen für unverzichtbar. Danach folgen Verkehrsmeldungen (71%), Musikclips (62%), Livesport (61%) sowie Sportbeiträge aus aktuellen Sendungen (60%). Mehr als die Hälfte der potenziellen Nutzergruppe ist auch an Beiträgen zu politischen Themen, Tipps zur Freizeit, Veranstaltungen, Gesundheit sowie Beiträgen zu den Themen Wissenschaft, Wirtschaft und Soziales in Bezug auf das mobile Fernsehen interessiert. Jeder zweite könnte sich auch eine Vorschau auf seine Lieblingsserie vorstellen, etwas weniger als 50 Prozent interessieren sich für Ernährungs- und Finanztipps, für Ausschnitte aus Comedyserien oder Fernsehserien. Geringer ist das Interesse an Beiträgen aus Kunst und Kultur, Ausschnitten aus Quizsendungen sowie kurzen Filmbeiträgen zu Rezepten. Dabei spiegeln sich auch in Bezug auf das mobile Fernsehen die bekannten inhaltlichen Interessen jüngerer und älterer Zuschauer wider. Jüngere zwischen 14 und 29 Jahren wünschen sich stärker Serien, Comedy, Sport und Musik und sind in Bezug auf ihre Erwartungen weniger informationsorientiert als Ältere. Insbesondere Comedysendungen, Fernsehserien und Sport stehen in Bezug auf die Erwartungen stärker im Vordergrund. Allerdings möchten auch 14- bis 29-Jährige nicht auf Nachrichten verzichten: 84 Prozent interessieren sich zumindest etwas für kurze Nachrichten im mobilen Fernsehen. In der Altersgruppe 30 bis 49 Jahre verschieben sich die Interessen deutlich. Hier sind Informationen zu politischen Themen, Wissenschaft, Wirtschaft und Soziales sowie Gesundheits- und Ernährungstipps bei der mobilen Nutzung wichtiger als unterhaltende Angebote. Gleiches gilt für Zuschauer ab 50 Jahre: Hier sind für die mobile Nutzung in erster Linie informative Angebote vorstellbar (vgl. Tabelle 7).

Das Interesse, auch mobil über aktuelle Ereignisse informiert zu sein, ist über alle soziodemografischen Gruppen gleichermaßen hoch (vgl. Tabelle 8). 79 Prozent möchten über aktuelle Ereignisse per Newsticker auf ihrem mobilen Empfangsgerät informiert werden. Bei den Jüngeren ist dieser Wert mit 84 Prozent sogar höher als bei Personen ab 50 Jahre (69%). An Sportergebnissen per Live-ticker sind 55 Prozent interessiert, am stärksten 14- bis 29-Jährige (69%) und Männer (70%).

Das Interesse an interaktiven Angeboten ist – bezogen auf die mobile Nutzung – verhalten. Am ehesten interessieren der Abruf von Musikstücken bzw. Videoclips (57%) sowie Service- und Verbrauchertipps. Die Beteiligung an Diskussionen, Votings, das Lösen von Aufgaben aus Quizsendungen und die sonstige Beteiligung an Spielsendungen sind dagegen nur für eine Minderheit von Interesse. Musik/Videoclips sind am stärksten für die 14- bis 29-Jährigen interessant, Service-/Ratgeberangebote haben für Personen ab 30 Jahre einen höheren Stellenwert (vgl. Tabelle 9).

Inhaltliche Präferenzen: Unterschiede in den Altersgruppen

Hohes Interesse an Informationen über aktuelle Ereignisse

⑤ **Erwartetes Programm auf mobilen Geräten**

Personen ab 14 Jahre, in %

	Handy	Organizer, PDA, elektr. Timer	Minifernsehgerät	MP3-Player/iPod
das ganz "normale Fernsehprogramm"	64	75	84	73
speziell ausgewählte komplette Sendungen aus dem normalen Fernsehprogramm	20	27	18	21
besondere Teile/Ausschnitte von Sendungen aus dem normalen Fernsehprogramm	18	23	7	11
extra für das mobile Fernsehen produzierte kurze Filme bzw. Sendungen	21	20	11	16

Basis: Teilgruppe: Befragte, die an mobiler Fernsehnutzung über Handy, PDA/Organizer/el. Timer, MP3-Player/iPod, Minifernseher oder Laptop zumindest etwas interessiert sind (n=242).

Quelle: ARD/ZDF-Studie Mobiles Fernsehen 2006.

⑥ **Zeitversetzte Nutzungsmöglichkeit vs. Ausstrahlung zeitgleich mit Fernsehprogramm**

Personen ab 14 Jahre, in %

	Gesamt	Geschlecht		Altersgruppen			Berufstätigkeit			Schulbildung		
		weibl.	männl.	14-29 J.	30-49 J.	ab 50 J.	voll/teil	Ausbildung	nicht	VS/HS	WfS	Abitur/Studium
zeitgleich zum normalen Fernsehprogramm	24	17	30	27	20	24	22	27	26	21	24	30
abrufbar zu einem beliebigen Zeitpunkt	75	82	70	72	78	75	78	72	70	77	76	69
egal/keine Entscheidung	1	1	0	0	2	1	0	0	4	2	0	1

Basis: Teilgruppe: Befragte, die an mobiler Fernsehnutzung über Handy, PDA/Organizer/el. Timer, MP3-Player/iPod, Minifernseher oder Laptop zumindest etwas interessiert sind (n=242).

Quelle: ARD/ZDF-Studie Mobiles Fernsehen 2006.

In welchen Nutzungskontexten ist die mobile Nutzung für die Menschen vorstellbar?

Mobil-TV-Nutzung am ehesten auf Reisen und bei längeren Wartezeiten

Am interessantesten wäre die mobile Fernsehnutzung auf längeren Fahrten oder Reisen (89%) und bei längeren Wartezeiten, zum Beispiel beim Arzt oder Friseur (74%). Eine Nutzung im Urlaub können sich 63 Prozent prinzipiell vorstellen. Für etwas weniger als die Hälfte (47%) käme auch eine Nutzung bei der Freizeit im eigenen Garten bzw. bei der Freizeit in der eigenen Wohnung (40%) in Betracht. Mobile Fernsehnutzung bei der Arbeit, in der Freizeit beim Sport oder in der Freizeit, die mit Freunden verbracht wird, ist für die meisten dagegen weniger vorstellbar. Auch auf dem Weg zur Arbeit wäre die mobile Nutzung nur für ein Drittel der Befragten interessant (vgl. Tabelle 10).

Verschiedene Empfangsgeräte vorstellbar

Darüber hinaus wurde eine Frage zur Anschaffungsabsicht verschiedener Geräte, die eine mobile Fernsehnutzung ermöglichen, gestellt. Zu berücksichtigen ist, dass sich die Werte nur auf die Gruppe der am mobilen Fernsehen Interessierten beziehen. Hier zeigt sich, dass es für die mobile Fernsehnutzung keine eindeutige Gerätepräferenz gibt, sondern sowohl das Handy als auch MP3-Player/iPod und der Minifernseher vorstellbar sind. In Bezug auf das Handy, mit dem man mobil fernsehen kann, sagen 53 Prozent, dass sie sich bestimmt

oder wahrscheinlich ein solches Gerät zulegen werden, beim MP3-Player/iPod sind es 41 Prozent und beim Minifernseher 50 Prozent. Für den Organizer/PDA/Timer mit Fernsehempfang liegt der Wert für die Anschaffungsabsicht mit 35 Prozent niedriger (vgl. Tabelle 11).

Die überwiegende Mehrheit wünscht sich einen freien mobilen Empfang der Programme von ARD und ZDF ohne Zusatzkosten. 87 Prozent der potenziellen Nutzergruppe stimmen der Aussage zu „Die Fernsehprogramme von ARD und ZDF sollten auch mobil ohne Zusatzkosten zu empfangen sein“. In dieser Einschätzung unterschieden sich jüngere und ältere Personen kaum. Von den 14- bis 29-Jährigen stimmen dem 80 Prozent zu, bei den 30- bis 49-Jährigen sind es 90 Prozent und bei den ab 50-Jährigen sogar 98 Prozent (vgl. Tabelle 12).

Die Bereitschaft, für den mobilen Fernsehempfang extra zu bezahlen, hält sich sehr in Grenzen. Nur 27 Prozent der potenziellen Nutzergruppe stimmen der Aussage zu „Ich finde mobiles Fernsehen so interessant, dass ich bereit wäre, dafür auch einen gewissen Beitrag zu zahlen“. Auch in dieser Frage gibt es bei den Antworten keine starken Altersunterschiede.

ARD und ZDF sollen auch mobil frei empfangbar sein

⑦ **Interesse an verschiedenen Filmbeiträgen/Ausschnitten auf Minigeräten**

Personen ab 14 Jahre, sehr/etwas interessiert, in %

	Gesamt	Geschlecht		Altersgruppen			Berufstätigkeit			Schulbildung		Abitur/ Studium
		weibl.	männl.	14-29 J.	30-49 J.	ab 50 J.	voll/teil	Aus- bildung	nicht	VS/HS	WIS	
kurze Nachrichtenbeiträge	91	92	90	84	96	96	95	85	89	93	90	88
kurze Filmbeiträge zu Verkehrsmeldungen	71	66	75	66	74	78	78	66	57	85	67	54
kurze Ausschnitte bzw. Clips aus Musiksendungen	62	67	59	72	61	42	52	81	58	60	62	67
kurze Ausschnitte aus Sport-Liveübertragungen	61	45	72	67	52	62	57	72	49	62	60	59
kurze aktuelle Sportbeiträge aus aktuellen Sendungen	60	41	74	64	57	57	61	63	52	60	64	54
kurze Filmbeiträge zu politischen Themen	58	45	69	48	66	69	67	52	44	56	55	69
kurze Filmbeiträge zu Veranstaltungstipps	58	56	59	58	57	59	55	60	61	55	59	61
kurze Filmbeiträge zu Gesundheitstipps	57	65	51	42	71	64	68	37	60	53	64	49
kurze Filmbeiträge zu Freizeittipps	56	57	55	56	52	62	57	54	57	50	64	50
kurze Filmbeiträge zum Thema Wissenschaft	53	48	58	45	62	58	58	44	58	46	58	58
kurze Filmbeiträge zum Thema Wirtschaft/Soziales	52	48	54	38	63	64	62	36	49	47	56	53
Vorschau auf die nächste Folge der Lieblingsserie	50	63	41	61	47	31	38	68	56	47	54	49
kurze Filmbeiträge zu Ernährungstipps	46	58	38	37	51	59	52	37	49	48	50	36
kurze Filmbeiträge zu Finanztipps	46	45	47	27	61	64	58	20	60	51	49	33
kurze Ausschnitte aus Comedysendungen	44	42	45	59	33	29	35	57	48	33	48	55
kurze Ausschnitte aus Fernsehserien	41	45	37	59	26	25	28	59	42	35	51	32
kurze Filmbeiträge zum Thema Kunst/Kultur	32	32	32	22	38	46	33	22	50	25	35	39
kurze Ausschnitte aus Quizsendungen	28	28	28	31	18	39	22	31	42	29	28	26
kurze Filmbeiträge zu Rezepten	27	31	25	13	42	32	34	9	43	25	33	22

Basis: Teilgruppe: Befragte, die an mobiler Fernsichtnutzung über Handy, PDA/Organizer/el. Timer, MP3-Player/iPod, Minifernseher oder Laptop zumindest etwas interessiert sind (n=242).

Quelle: ARD/ZDF-Studie Mobiles Fernsehen 2006.

⑧ **Mobiles Fernsehen: Interesse an Informationen über aktuelle Ereignisse**

Personen ab 14 Jahre, in %

	Geschlecht			Altersgruppen			Berufstätigkeit			Schulbildung		
	Gesamt	weibl.	männl.	14-29 J.	30-49 J.	ab 50 J.	voll/teil	Aus-bildung	nicht	VS/HS	WfS	Abitur/ Studium
An aktuellen Ereignissen per Newsticker für mobiles Fernsehen												
sehr interessiert	51	50	52	51	49	56	49	55	50	53	52	47
etwas interessiert	28	31	27	33	30	13	26	31	31	19	33	35
weniger interessiert	13	13	14	9	15	20	18	5	14	17	11	12
gar nicht interessiert	7	7	7	7	5	11	7	9	6	11	5	6
An Sportergebnis-Diensten per Liveticker für mobiles Fernsehen												
sehr interessiert	29	16	38	35	20	31	24	40	21	33	27	24
etwas interessiert	26	19	32	34	26	10	27	32	14	20	32	27
weniger interessiert	14	18	11	6	20	22	17	6	21	19	13	9
gar nicht interessiert	31	47	19	25	35	36	32	22	43	28	28	39

Basis: Teilgruppe: Befragte, die an mobiler Fernsehnutzung über Handy, PDA/Organizer/el. Timer, MP3-Player/iPod, Minifernseher oder Laptop zumindest etwas interessiert sind (n=242).

Quelle: ARD/ZDF-Studie Mobiles Fernsehen 2006.

⑨ **Interesse an interaktiven Angeboten für mobiles Fernsehen auf Minigeräten**

Personen ab 14 Jahre, sehr/etwas interessiert, in %

	Geschlecht			Altersgruppen			Berufstätigkeit			Schulbildung		
	Gesamt	weibl.	männl.	14-29 J.	30-49 J.	ab 50 J.	voll/teil	Aus-bildung	nicht	VS/HS	WfS	Abitur/ Studium
Aufgaben aus Quizsendungen, die man selber lösen kann	33	33	32	27	27	57	40	22	31	43	29	22
Diskussionen zu aktuellen Themen, an denen man sich beteiligen kann	37	30	41	40	29	42	33	39	44	34	38	39
Musikstücke oder Video-clips, die man selbst auswählen kann	57	60	55	71	47	41	45	78	53	58	52	65
Service- und Verbrauchertipps, die man selbst abrufen kann	56	55	57	42	65	73	61	44	65	58	58	49
Beteiligungen an Abstimmungen im Fernsehen wie z.B. der Ted	35	33	36	30	41	32	39	29	31	31	40	31
Beteiligung an Spiellesendungen	24	19	27	22	21	33	23	26	21	29	18	25

Basis: Teilgruppe: Befragte, die an mobiler Fernsehnutzung über Handy, PDA/Organizer/el. Timer, MP3-Player/iPod, Minifernseher oder Laptop zumindest etwas interessiert sind (n=242).

Quelle: ARD/ZDF-Studie Mobiles Fernsehen 2006.

Fazit

Als Fazit der Untersuchung lassen sich folgende Punkte festhalten:

Kaum Erfahrungen mit mobilem Fernsehen

Aufgrund der derzeit noch geringen Verbreitung bestehen in der Bevölkerung kaum Erfahrungen mit mobilem Fernsehen. Ein Mehrwert dieser Nutzung zusätzlich zur derzeit dominanten stationären Fernsehnutzung ist für die Mehrheit noch nicht erkennbar.

Bisher geringes Interesse

Aus diesem Grund ist das generelle Interesse an mobiler Fernsehnutzung zum derzeitigen Zeitpunkt

noch sehr gering. Eine seriöse Einschätzung der zukünftigen Entwicklung wird erst dann möglich sein, wenn sich technische Standards, Geräte und Angebote stärker durchgesetzt haben.

In Bezug auf die mobilen Endgeräte sind – insbesondere für jüngere – Handy und MP3-Player/iPod am interessantesten. Allerdings spielen auch Minifernseher und Laptops mit Fernsehempfang für die mobile Fernsehnutzung eine gewisse Rolle. Mit DVB-T steht für diese mobilen Geräte ein kostenfreier Empfangsweg mit einem sehr hohen Verbreitungsgrad zur Verfügung.

10 Nutzungsinteresse des mobilen Fernsehens auf Minigeräten in verschiedenen Situationen

Personen ab 14 Jahre, sehr/etwas interessiert, in %

	Gesamt	Geschlecht		Altersgruppen			Berufstätigkeit			Schulbildung		
		weibl.	männl.	14-29 J.	30-49 J.	ab 50 J.	voll/teil	Aus- bildung	nicht	VS/HS	WFS	Abitur/ Studium
auf dem Weg zur Arbeit	33	22	41	44	21	28	22	49	34	30	34	34
bei der Arbeit	18	8	25	22	9	24	15	25	13	16	19	19
auf längeren Fahrten bzw. auf einer Reise	89	86	91	95	85	81	84	98	87	87	87	95
im Urlaub	3	62	63	65	56	70	62	66	59	73	60	50
in der Freizeit im Garten	47	50	45	51	44	47	48	50	40	48	51	40
in der Freizeit zu Hause	40	34	44	40	36	48	39	37	49	46	39	30
in der Freizeit beim Sport	21	16	24	21	14	32	21	20	22	27	16	18
in der Freizeit, wenn man mit Freunden zusammen ist	24	26	23	31	23	12	18	32	29	23	22	30
bei längeren Wartezeiten, z.B. beim Arzt oder Friseur	74	69	78	81	77	53	72	83	63	66	80	78

Basis: Teilgruppe: Befragte, die an mobiler Fernsichtnutzung über Handy, PDA/Organizer/el. Timer, MP3-Player/iPod, Minifernseher oder Laptop zumindest etwas interessiert sind (n=242).

Quelle: ARD/ZDF-Studie Mobiles Fernsehen 2006.

11 Anschaffungswahrscheinlichkeit von Geräten für mobiles Fernsehen

Personen ab 14 Jahre, bestimmt/wahrscheinlich, in %

	Gesamt	Geschlecht		Altersgruppen			Berufstätigkeit			Schulbildung		
		weibl.	männl.	14-29 J.	30-49 J.	ab 50 J.	voll/teil	Aus- bildung	nicht	VS/HS	WFS	Abitur/ Studium
ein Handy, mit dem man mobil überall fernsehen kann	53	54	53	66	45	39	42	68	61	45	59	56
einen Organizer, PDA, elektr. Timer, mit dem man mobil überall fernsehen kann	35	27	40	36	30	41	35	35	34	38	33	31
ein Minifernsehgerät, mit dem man mobil überall fernsehen kann	50	60	43	45	57	51	52	43	60	60	44	46
einen MP3-Player/iPod, mit dem man mobil überall fernsehen kann	41	37	43	48	36	31	40	44	33	40	40	44

Basis: Teilgruppe: Befragte, die an mobiler Fernsichtnutzung über Handy, PDA/Organizer/el. Timer, MP3-Player/iPod, Minifernseher oder Laptop zumindest etwas interessiert sind (n=242).

Quelle: ARD/ZDF-Studie Mobiles Fernsehen 2006.

Bekannte TV-Inhalte werden bevorzugt

Auch beim mobilen Fernsehen wird mehrheitlich das Bekannte, nämlich das ganz „normale Fernsehprogramm“, gewünscht. Aufgrund fehlender Erfahrungen mit speziellen Angeboten für das mobile Fernsehen ist dieses Ergebnis allerdings nur begrenzt aussagekräftig.

Zeitliche Unabhängigkeit

Bevorzugt wird ein Programm, das jederzeit und nicht nur zeitgleich zum normalen Fernsehprogramm (Livestream) abrufbar ist.

Inhaltlich sind kurze Nachrichtenbeiträge, Verkehrsmeldungen, Musikclips und Sport in Bezug auf das mobile Fernsehen am interessantesten.

Dabei spiegeln sich auch die bekannten inhaltlichen Interessen jüngerer und älterer Zuschauer wider. Jüngere (14 bis 29 Jahre) wünschen sich stärker Serien, Comedy, Sport und Musik, ab 30-Jährige legen mehr Wert auf aktuelle und fundierte Informationen aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft sowie auf Serviceangebote.

Das Interesse – auch mobil – über aktuelle Ereignisse informiert zu sein (News-Ticker), ist über

Inhaltliche Präferenzen

12 Aussagen zum mobilen Fernsehen

Personen ab 14 Jahre, stimme voll und ganz/weitgehend zu, in %

	Gesamt	Geschlecht		Altersgruppen			Berufstätigkeit			Schulbildung		
		weibl.	männl.	14-29 J.	30-49 J.	ab 50 J.	voll/teil	Aus- bildung	nicht	VS/HS	Wfs	Abitur/ Studium
Ich finde mobiles Fernsehen so interessant, dass ich bereit wäre, dafür auch einen gewissen Betrag zu bezahlen	27	27	26	27	22	34	29	21	32	24	29	25
Die Fernsehprogramme von ARD und ZDF sollten auch mobil ohne Zusatzkosten zu empfangen sein	87	85	89	80	90	98	91	78	95	82	96	82

Basis: Teilgruppe: Befragte, die an mobiler Fernsehnutzung über Handy, PDA/Organizer/el. Timer, MP3-Player/iPod, Minifernseher oder Laptop zumindest etwas interessiert sind (n=242).

Quelle: ARD/ZDF-Studie Mobiles Fernsehen 2006.

alle soziodemografischen Gruppen gleichermaßen hoch. Sportergebnisse per Liveticker sind am stärksten für jüngere und Männer interessant.

Das Interesse an interaktiven Angeboten ist verhalten. Am ehesten interessieren Musik/Videoclips (14 bis 29 Jahre) und Service-/Ratgeberangebote (ab 30 Jahre).

Wunsch nach freier Empfangbarkeit von ARD und ZDF

Ob jung oder alt: Die überwiegende Mehrheit (87% der Bevölkerung) wünscht den freien mobilen Empfang der Programme von ARD und ZDF ohne Zusatzkosten. Auch die starke Relevanz von Informations- und Serviceangeboten beim mobilen Fernsehen belegt, dass die Programmmarken von

ARD und ZDF auch bei diesem Verbreitungsweg unverzichtbar sind.

Anmerkungen:

- 1) Vgl. Breunig, Christian: Mobiles Fernsehen in Deutschland. Angebote und Nutzung. In: Media Perspektiven 11/2006, S. 550-562.
- 2) Vgl. Eimeren, Birgit van/Beate Frees: Zukünftige Medien: Praxistauglich für den Konsumenten? Eine Analyse auf Basis der Daten der ARD/ZDF-Online-Studie und der ARD/ZDF-Studie Massenkommunikation. In: Media Perspektiven 11/2006, S. 563-571.
- 3) Vgl. epd Medien v. 6.1.2007, S. 16 ff.
- 4) Vgl. für einen Vergleich der unterschiedlichen Standards Breunig (Anm. 1).

