

Facts und Fiction

Onliner wünschen sich vom **Internet-Fernsehen** vor allem Filme und lokale Nachrichten, wie eine W&V-Umfrage zeigt.

Als Premiere und T-Online die Übertragung der Spiele der Fußball-Bundesliga via IP-TV im Sommer ankündigten, wurde die breite Öffentlichkeit erstmals auf Fernsehen über Internet aufmerksam. Dennoch ist IP-TV vielen Nutzern noch immer kein Begriff. Wie eine neue Umfrage zeigt, wird Sport als Zugpferd für die neue Übertragungstechnik möglicherweise überschätzt. Bei rund 42 Prozent der Onliner, die IP-TV zumindest dem Namen nach kennen, steht Sport nur auf Rang sechs der Wunschliste. Am meisten interessieren sich die

von TNS Emnid befragten 14- bis 49-jährigen Online-Nutzer für Filme, wie die exklusiv für W&V durchgeführte Befragung weiter ergab. Überraschenderweise folgt dahinter das Interesse an lokalen News. Bei 40- bis 49-Jährigen stehen sie mit knapp 60 Prozent gar an erster Stelle.

Der hohe Stellenwert der lokalen Nachrichten wie auch der Wissenschaftssendungen zeigt: Das Internet wird weiterhin als Informationsmedium angesehen – auch wenn es um Bewegtbildinhalte geht. Bei den Jüngeren spielt allerdings auch Unterhaltung eine nicht zu unterschätzende Rolle, wie etwa Musik- und Comedy-Formate.

Die Unterschiede zwischen den Geschlechtern entsprechen den generellen Interessen: Frauen interessieren sich besonders für Mode, Film- und Reiseformate. Männliche Onliner zeigen eine überdurchschnittliche Affinität für Sportübertragungen und Erotik.

Daneben fragte TNS Emnid ab, welche Serviceangebote in der Medienwelt

IP-TV MUSS IMMER NOCH ERKLÄRT WERDEN

Bekanntheit von Internet-Fernsehen

Wussten Sie, dass es in Deutschland IP-TV-Angebote gibt? Angaben in Prozent	Gesamt	Geschlecht	
		M	W
wusste ich schon	29,9	38,1	20,9
höre davon zum ersten Mal	63,8	57,5	70,7
weiß nicht/keine Angabe	6,3	4,4	8,4

Quelle: TNS Emnid Mediaforschung; W&V.

© W&V

GROSSER BEDARF AN INFO-ANGEBOTEN

Themen, die Onliner im Internet-Fernsehen erwarten

Interessen derer, die IP-TV mindestens dem Namen nach kennen, in Prozent	Gesamt	Geschlecht	
		M	W
Filme	53,3	52,0	55,9
Lokale Nachrichten	49,7	47,6	54,0
Wissenschaftssendungen	38,7	39,0	38,2
Musik/Videoclips	37,6	35,5	42,0
Comedy	36,5	39,3	30,5
Sportübertragungen	33,6	40,1	19,7
Business-/Wirtschaftsnachrichten	23,6	23,8	23,2
Filmvorstellungen, -besprechungen	19,8	16,0	27,8
Erotik	15,5	19,9	6,3
Reisesendungen	14,9	10,9	23,5
Fashion/Mode	8,7	2,9	20,8
Wettkanäle	5,3	5,4	5,1
Shopping-Kanäle allgemein	4,5	2,9	7,7

Quelle: TNS Emnid Mediaforschung; W&V.

© W&V

von morgen auf Interesse stoßen. Ergebnis: Das größte Potenzial haben Anwendungen, die den Fernsehkonsum komfortabler gestalten oder erleichtern. So wünschen sich rund 45 Prozent PVR-Funktionen (Personal Video-Recorder) im Internet. Dahinter folgen bereits EPGs, sogenannte Electronic Program Guides, mit 43 Prozent.

Inhalte per Video-on-Demand wollen die Befragten trotz des großen Interesses an Filmen nur zu gut einem Drittel nutzen. Interaktionsmöglichkeiten wie Sportwetten oder Shopping nennen 16 Prozent der Onliner.

Stefan Hedtke ✉ medien@wuv.de

Web-Link
Weitere Daten: www.wuv.de/digital-umfrage



Digitale Medienformen

TNS Emnid erhebt regelmäßig exklusiv Untersuchungen für W&V. Zu aktuellen Themen und Trends werden jeweils 1000 Online-Nutzer zwischen 14 und 49 Jahren befragt.

Diese und weitere aktuelle Studien finden Sie im Web unter: www.wuv.de/studien

1/3 hoch rechts