

**Pressekontakt:**

Michael Knippelmeyer  
t +49 (0) 521 9257 687  
f +49 (0) 521 9257 250  
e michael.knippelmeyer@tns-infratest.com  
www.tns-infratest.com

### **TNS Convergence Monitor: Medienkonvergenz auf gutem Weg**

Geringe Kenntnisse und fehlende Vermittlung der Vorteile konvergenter Produkte sind noch deutliche Barrieren bei der Verschmelzung von klassischen Medien, Internet und Telekommunikationsservices

München / Bielefeld, 4. September 2008 – Konvergente Services steigern laut aktuellem TNS CONVERGENCE MONITOR 2008 ihre Akzeptanz in der Bevölkerung. Noch bis vor einiger Zeit waren intensive Internetnutzer eher seltene Fernsehzuschauer und umgekehrt. Das schließt sich nun zunehmend nicht mehr aus: Knapp 70 Prozent derjenigen, die über zwei Stunden täglich das Internet nutzen (=33 Prozent der 14- bis 64-Jährigen), sehen zusätzlich mehr als zwei Stunden am Tag fern. Auch die Inhalte dieser beiden Medien und ihre Nutzung vermischen sich zusehends: Aktuelle Nachrichten und Informationen „lesen“ 48 Prozent im Internet, Videos, Videopodcasts und Clips werden von 27 Prozent über das Internet gesehen, Webradio und Podcasts „hören“ 15 Prozent online.

Filme und Fernsehangebote on Demand, d.h. einzelne Sendungen zum Anschauen auf dem Fernseher oder dem Computer bestellen, werden bisher von vier Prozent der 14- bis 64-Jährigen genutzt. Unabhängig davon, ob die Programme über die Set Top Box des Fernsehers oder mit dem Computer über das Internet angefordert werden: In allen Altersgruppen ist der Fernseher das mit deutlichem Abstand bevorzugte Endgerät. Die Programme für das persönliche Fernsehprogramm bezieht mittlerweile ein Drittel der 14- bis 64-Jährigen über einen digitalen Empfangsweg (32 Prozent).

„Triple Play“, also das Komplettpaket aus Fernsehen, Telefon und Internetbreitbandanschluss, nutzen drei Prozent der 14- bis 64-jährigen Bundesbürger. Weitere 14 Prozent zeigen Kaufbereitschaft. Insgesamt 35 Prozent der 14- bis 64-Jährigen sehen durch das beschriebene Angebot ihre Bedürfnisse bezüglich Fernsehen, Internet und Telefon vollständig oder weitgehend erfüllt und sind damit für „Triple Play“-Angebote offen und erreichbar.

IPTV, das Fernsehen auf Basis des Internet-Protokolls (IP), nutzen bisher lediglich 0,6 Prozent bzw. ca. 200.000 Haushalte. Weitere sieben Prozent zeigen sich an dieser Technologie interessiert. Die TNS CONVERGENCE GROUP sieht als realistisches Potenzial bis Ende 2009 eine Haushaltsabdeckung in Deutschland von bis zu drei Prozent. Die wichtigsten Hindernisse für IPTV sind mangelnde Kenntnisse über die damit verbundenen neuartigen Nutzungsmöglichkeiten, zu befürchtende Mehrkosten sowie die noch beschränkten Zugangsmöglichkeiten.

Das Handy ist einer der Vorreiter für Konvergenz. Die mobilen Telefongeräte vereinen immer mehr Funktionen, die früher nur mit separaten Endgeräten möglich waren. Dass diese Funktionen auch intensiv genutzt werden, belegt der TNS CONVERGENCE MONITOR: Funktionen wie das Fotografieren werden von 56 Prozent genutzt, 27 Prozent hören mit dem Handy Musik, 18 Prozent machen von der E-Mail-Funktion Gebrauch und zwölf Prozent nutzen mobil das Internet. Die Idee des Fernsehens mit dem Handy stößt allerdings in der Bevölkerung noch auf große Skepsis. Nur 1,6 Prozent der 14- bis 64-Jährigen zeigen hierfür überhaupt ein Kaufinteresse. Viele können sich TV auf dem kleinen Display ihres Handys kaum vorstellen. Häufig werden der generelle Nutzen angezweifelt und die Kosten gescheut. Der von TNS erstellte Involvement Index für Handy-TV - gebildet aus Bekanntheit, Informationssuche und Kaufbereitschaft - ist sogar im Vergleich zum Vorjahr rückläufig.

„Nach wie vor sind die noch geringen Kenntnisse und die fehlende Vermittlung der Vorteile konvergenter Produkte deutliche Barrieren für einen durchgreifenden Markterfolg. Das bedeutet für die Anbieter konvergenter Produkte und Dienstleistungen, dass sie sich noch mehr als bisher der Vermittlung praktischer Nutzungsvorteile annehmen müssen“, sagt Wolfgang Werres, Geschäftsführer TNS Infratest MediaResearch und Mitglied der TNS CONVERGENCE GROUP.

Diese und weitere Ergebnisse finden sich in der zweiten Auflage der Forschungsreihe TNS CONVERGENCE MONITOR, einer Gemeinschaftsstudie der TNS CONVERGENCE GROUP und ARD-Werbung, IP Deutschland, Unitymedia und ZDF. Die repräsentative Untersuchung bietet einen breiten Überblick über die Verbreitung konvergenter Techniken für Telekommunikation, Internet und Mobilfunk sowie Einstellungen und Interessen der Konsumenten.

### **Informationen zum TNS CONVERGENCE MONITOR**

Für die Studie TNS CONVERGENCE MONITOR wurden insgesamt 1.575 Personen im Alter von 14 bis 64 Jahren in Deutschland befragt. Die Befragung ist repräsentativ für diese Bevölkerung und wurde in Form von persönlich-mündlichen Interviews (CAPI) im Zeitraum vom 17. April bis 26. Mai 2008 durchgeführt. Der TNS CONVERGENCE MONITOR vermittelt neben der aktuellen und potenziellen Nutzung von Medien- und Telekommunikationsdienstleistungen wichtige Einblicke zu Themen und Trends rund um das Thema Konvergenz aus Kundensicht. Thematisiert werden u.a. IPTV, Multi-Play, Handy-TV und mobile Dienstleistungen und Branding in konvergenten Märkten.

### **Zur TNS CONVERGENCE GROUP**

Um den wachsenden Herausforderungen und Fragestellungen rund um das Thema „Konvergenz“ Rechnung zu tragen, haben TNS Infratest InCom, TNS Infratest MediaResearch und TNS Emnid Medienforschung die TNS CONVERGENCE GROUP gegründet. Sie ist Mitglied der TNS Gruppe (Taylor Nelson Sofres, London) und gehört damit zu einem der führenden Marktforschungs- und Beratungsunternehmen der Welt. Für Auftraggeber aus Automobil und Verkehr, Pharmamarkt, IT/(Tele-) Kommunikation und Neue Medien, Finanzforschung, Konsumgüter, sowie der Medien-, Politik- und Sozialforschung liefert TNS Infratest "Beratung durch Forschung" und damit den innovativen Management Support für Wissensvorsprung und Entscheidungssicherheit. Weitere Informationen unter [www.tns-infratest.com](http://www.tns-infratest.com)

### **Kontakt und weitere Informationen:**

TNS Convergence Group  
Wolfgang Werres  
t +49 (0)89 5600 – 1428  
f +49 (0)89 5600 – 1506  
e [wolfgang.werres@tns-infratest.com](mailto:wolfgang.werres@tns-infratest.com)  
[www.tns-infratest.com](http://www.tns-infratest.com)