



>  
**accenture**

*High performance. Delivered.*

**Consumer Broadcast Survey 2009:  
Ergebnisse für Deutschland**

# Inhalt



- 1. Kern-Ergebnisse**
- 2. Ergebnisse im Detail**
- 3. Über die Umfrage**
- 4. Kontakt**

## Kern-Ergebnisse der Umfrage (1)



**TV über Internet und Handy hat in den vergangenen Monaten mehr Zuschauer gehabt als ein Jahr zuvor.** Dabei würden deutlich mehr Menschen über den PC fernsehen als über ihr Mobiltelefon.

**Kommerzielles Rechte-Management für alle Verbreitungswege wird geschäftskritisch für die Sender.** Denn die Zuschauer haben besonders Interesse an bekanntem und vorhandenem Inhalt.

**Die Zuschauer streuen ihre Aufmerksamkeit immer weiter:** Ihre Treue zu einzelnen Sendern lässt nach und sie schauen mehr unterschiedliche Sendungen als noch ein Jahr zuvor.

## Kern-Ergebnisse der Umfrage (2)



**Trotz steigenden Interesses an neuen Verbreitungswegen – viele Zuschauer sind zufrieden mit dem TV, wie sie es kennen. Wahre PC- und Handy-TV-Enthusiasten sind in Deutschland rar.**

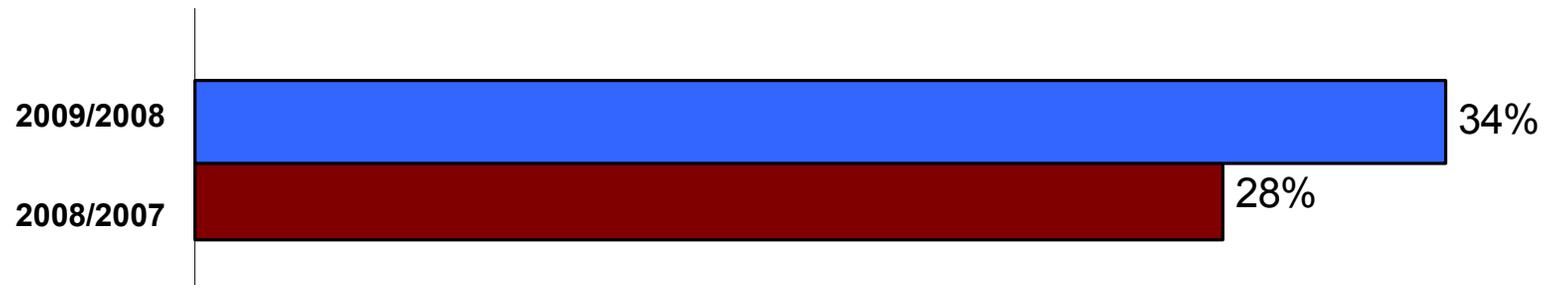
**Auch bei neuen Verbreitungswegen hält sich die Zahlungsbereitschaft in engen Grenzen.**

## Ergebnisse im Detail (1)



**In den letzten zwölf Monaten haben mehr Menschen mindestens gelegentlich TV-Inhalt über den PC oder das Handy konsumiert als ein Jahr zuvor.**

*Anteil der Befragten, die mindestens gelegentlich Fernsehen bzw. Fernseh-Inhalt über ihren PC oder ihr Handy anschauen:*

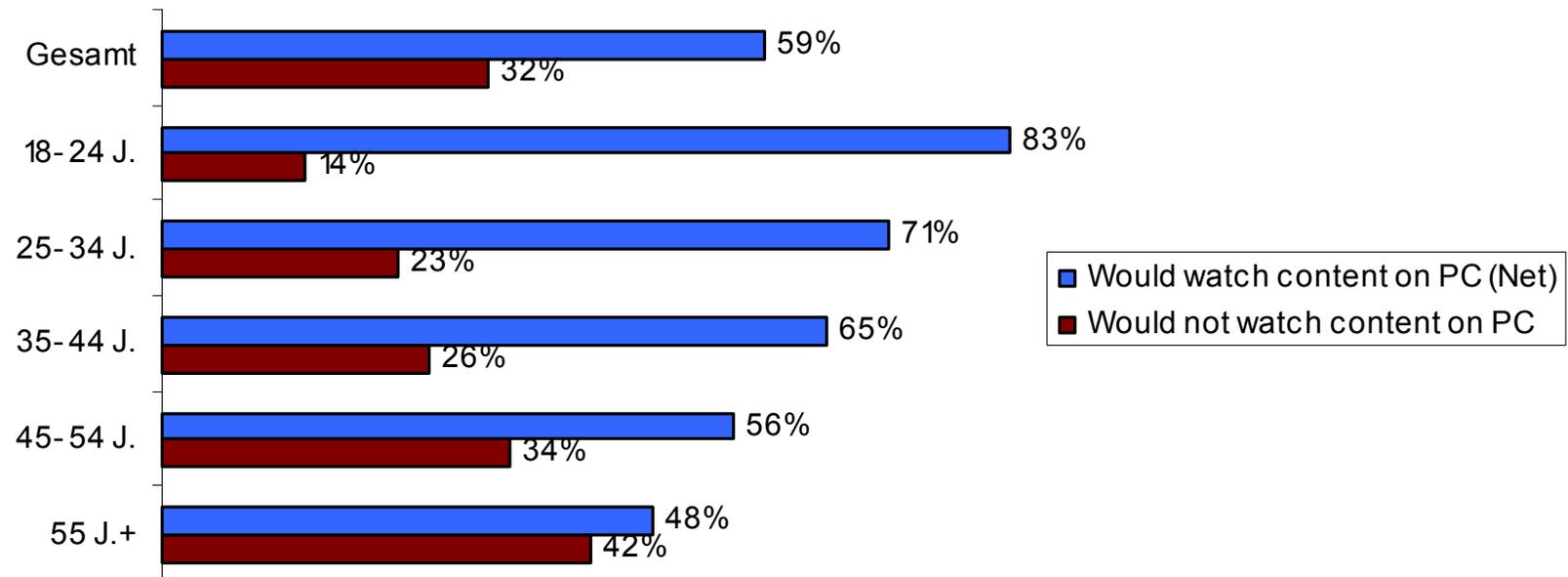


## Ergebnisse im Detail (2)



**Den PC als zusätzlichen ‚Fernseher‘ zu nutzen – dieser Idee gegenüber sind viele Zuschauer aufgeschlossen,...**

*Anteil der Befragten, die sich grundsätzlich vorstellen können, TV-Inhalt auch auf dem PC anzuschauen (bzw. es nicht tun würden):*

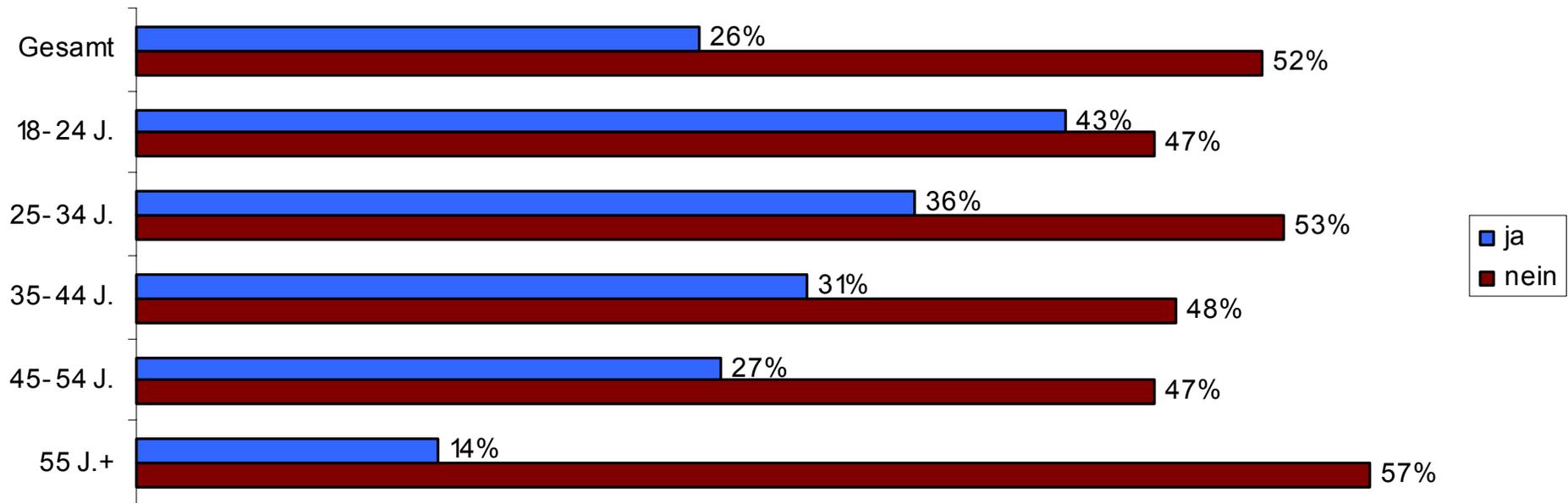


## Ergebnisse im Detail (3)



**...deutlich aufgeschlossener als gegenüber der Idee, auf ihrem Handy fernzusehen.**

*Anteil der Befragten, die sich grundsätzlich vorstellen können, TV-Inhalt auch auf dem Handy anzuschauen (bzw. es nicht tun würden):*

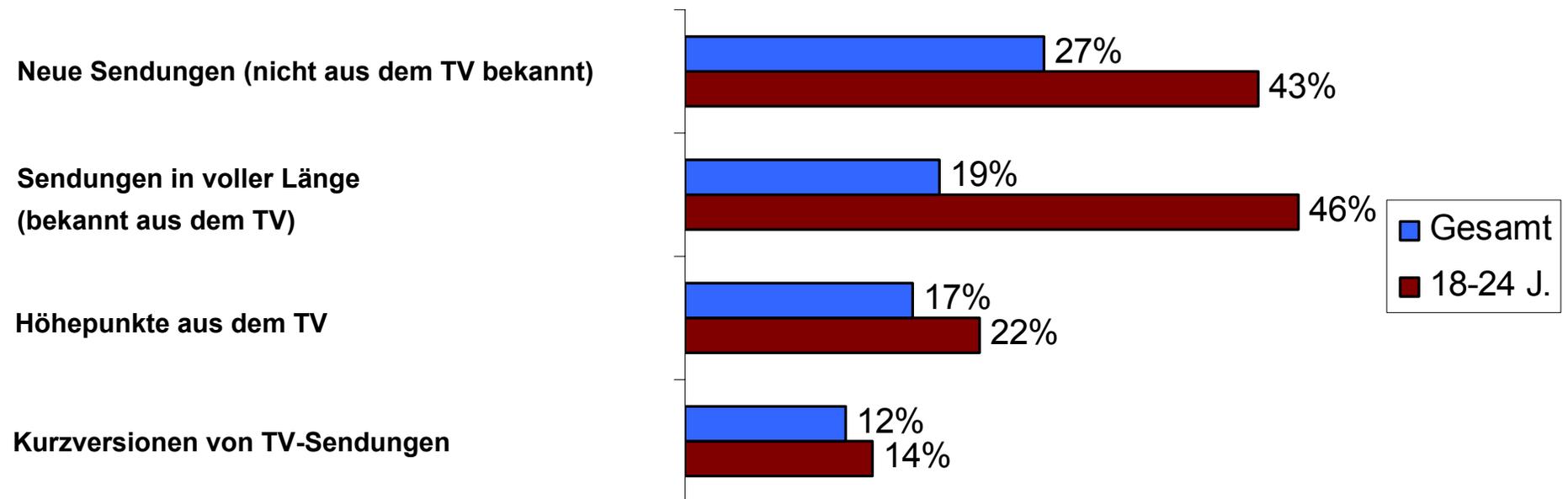


## Ergebnisse im Detail (4)



**Doch sowohl auf dem PC als auch auf dem Handy spielt bekannter und vorhandener Inhalt eine große Rolle,...**

*Anteil der Befragten, die es bevorzugen würden, folgenden TV-Inhalt auf ihrem PC zu sehen:*

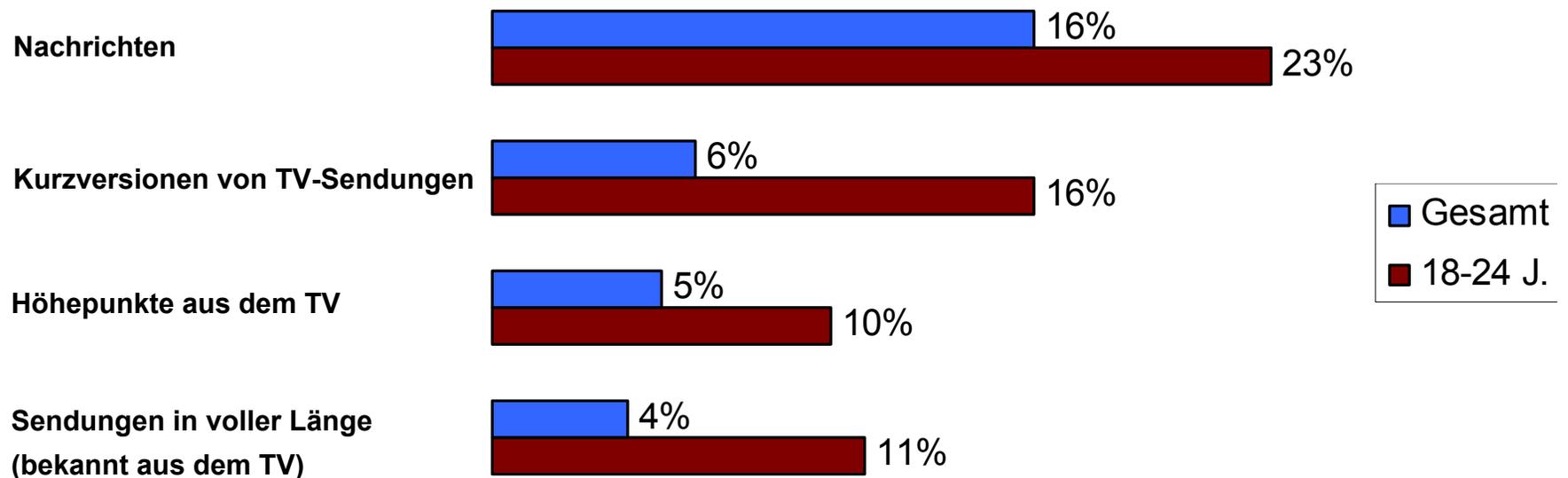


## Ergebnisse im Detail (5)



**...für die Sender ein Hinweis darauf, wie wichtig es ist, beim Management der Verwertungsrechte alle möglichen Verbreitungswege zu berücksichtigen.**

*Anteil der Befragten, die es bevorzugen würden, folgenden TV-Inhalt auf ihrem Handy zu sehen:*

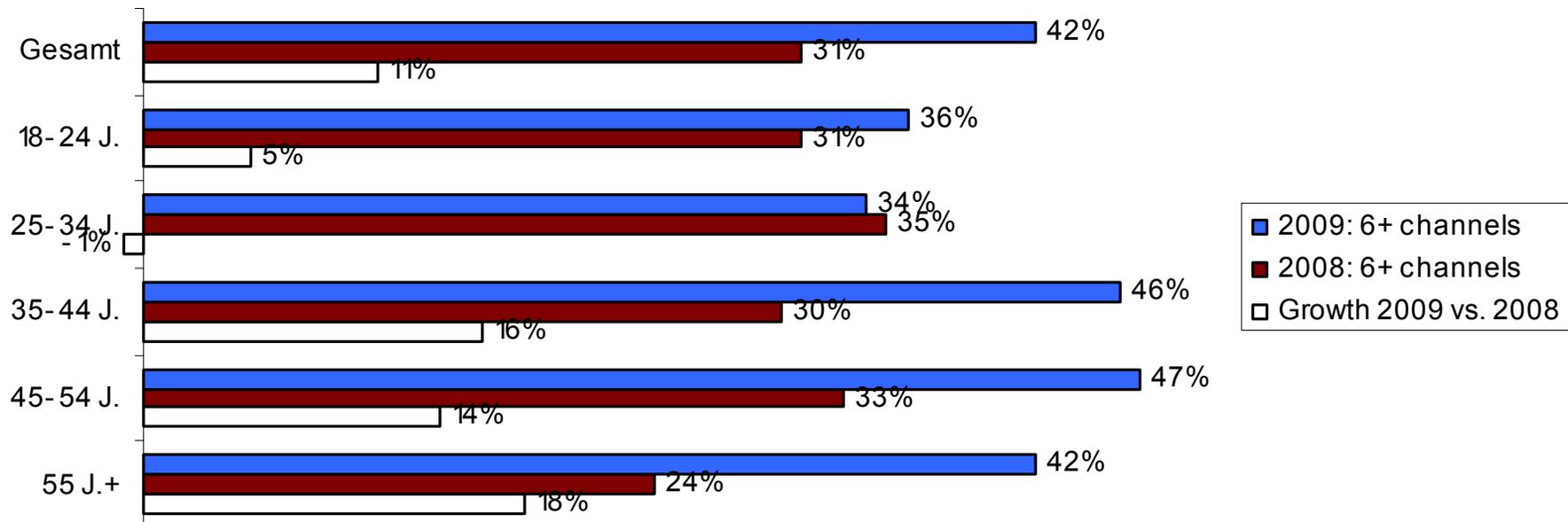


## Ergebnisse im Detail (6)



**Die Zuschauer streuen ihre Aufmerksamkeit immer weiter: Ihre Treue zu einzelnen Sendern lässt nach...**

*Anteil der Befragten, die sechs oder mehr verschiedene Sender pro Woche schauen:*

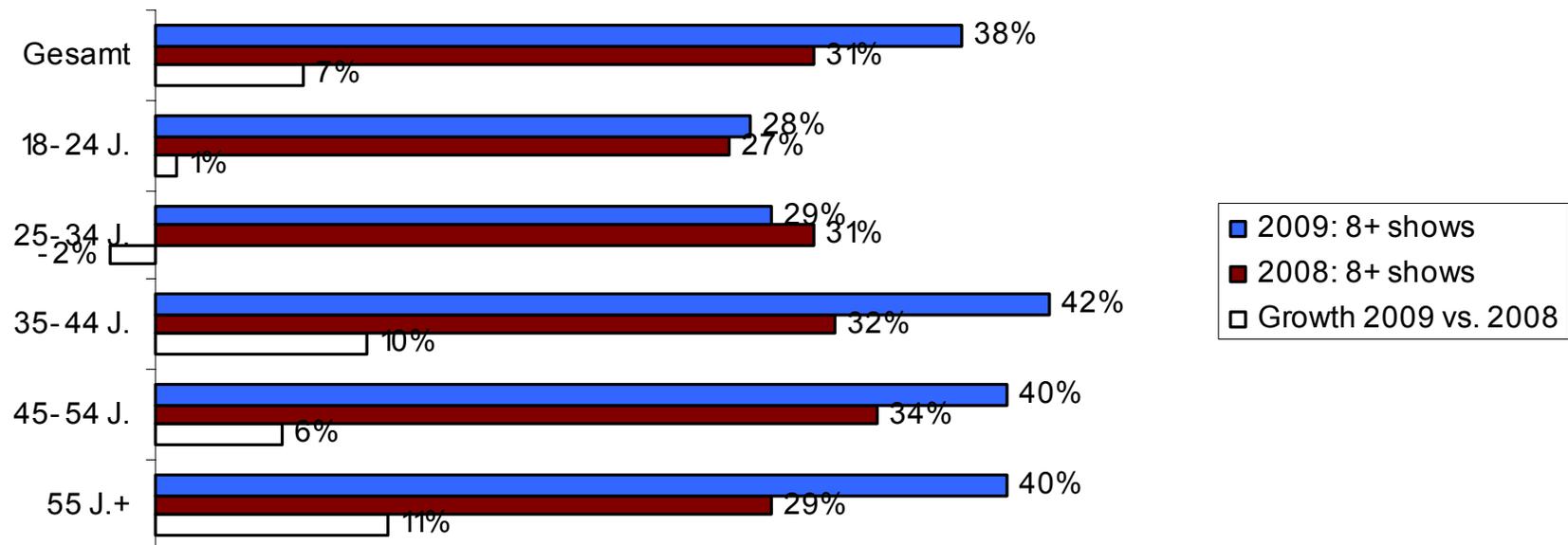


## Ergebnisse im Detail (7)



...und sie schauen mehr Sendungen als noch ein Jahr zuvor.

*Anteil der Befragten, die acht oder mehr verschiedene Sendungen pro Woche schauen:*

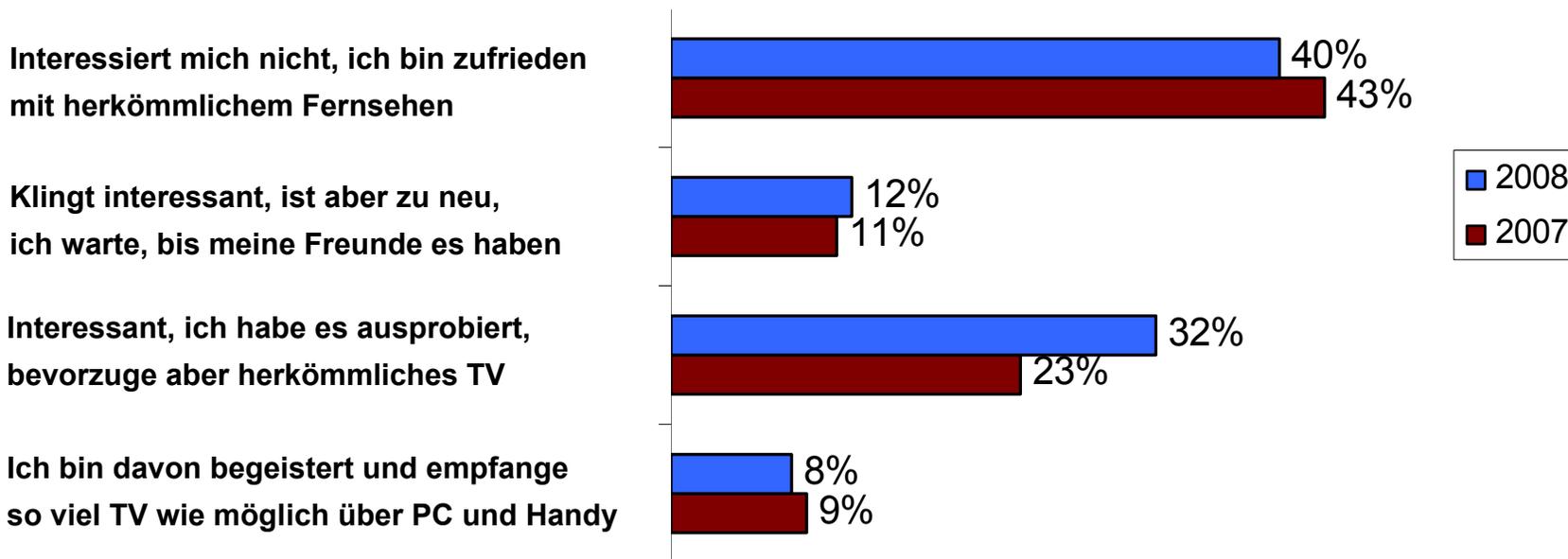


## Ergebnisse im Detail (8)



**Trotz steigenden Interesses an neuen Verbreitungswegen – viele Zuschauer sind zufrieden mit dem TV, wie sie es kennen.**

*Anteil der Befragten, auf die am ehesten folgende Aussagen über Fernsehen über PC oder Handy zutreffen:*

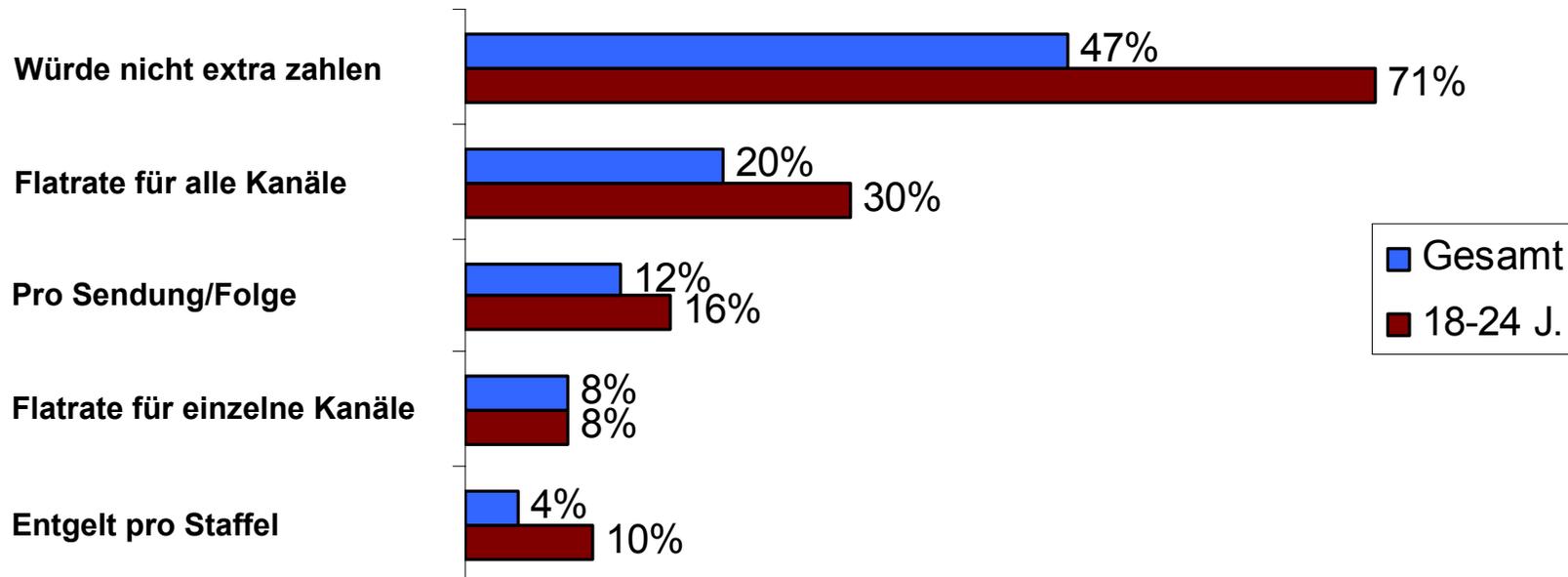


## Ergebnisse im Detail (9)



**Auch bei neuen Verbreitungswegen hält sich die Zahlungsbereitschaft in engen Grenzen.**

*Anteil der Befragten, die für TV-Inhalt auf PC oder Handy extra bezahlen bzw. nicht extra bezahlen würden:*



## Über die Umfrage



Accenture hat im Januar und Februar 2009 mehr als 13.600 Fernsehzuschauer in den 13 folgenden Ländern befragt: Australien, Brasilien, Deutschland, England, Frankreich, Italien, Japan, Malaysia, Mexiko, Singapur, Spanien, Südkorea, USA.

Die globalen Ergebnisse sind zu finden unter folgendem Link:  
[www.accenture.com/broadcastsurvey](http://www.accenture.com/broadcastsurvey).

Die hier vorliegenden deutschen Ergebnisse basieren auf der Befragung von 1.038 Personen.

Die Befragung erfolgte online. Durch Auswahl und Gewichtung der Panel-Teilnehmer wurde ein höchstmögliches Maß an Repräsentativität hergestellt.

# Kontakt



## **Veit Siegenheim**

Geschäftsführer im Bereich Communications & High Tech

## **Jens Derksen**

Media Relations Manager

Tel. 806173) 94 61 393

E-Mail: [jens.derksen@accenture.com](mailto:jens.derksen@accenture.com)