

PRESSEMITTEILUNG

goetzpartners Analyse

Context is king – Mediennutzung im Multiscreenzeitalter

München, 28. Dezember 2011. Das Internet ist in Deutschland zum Leitmedium avanciert und hat das klassische Fernsehen verdrängt. Gründe liegen dabei vor allem im zunehmenden Konsum von Bewegtbildinhalten über das Internet sowie der steigenden Marktpenetration hybrider und mobiler Endgeräte. Dadurch wird das nahtlose Multiscreen-Erlebnis zur Realität: Konsumenten können nun jederzeit und mit jedem ihrer Endgeräte auf ihre Inhalte zugreifen. Dabei stoßen innovative Zusatzfunktionalitäten auf ein steigendes Interesse bei den Konsumenten. Für Content-Provider gilt es nun, die spezifischen Bedarfs- und Nutzungssituationen der Konsumenten zu verstehen und mit speziellen Inhalteangeboten, der Integration nutzenstiftender Zusatzfunktionalitäten und dem passenden Endgerät zu begegnen. Das ist das Ergebnis der aktuellen IPTV-Studie von goetzpartners, die auf einer repräsentativen Konsumentenbefragung in Deutschland, England und Frankreich basiert.

Internet entwickelt sich zum Leitmedium

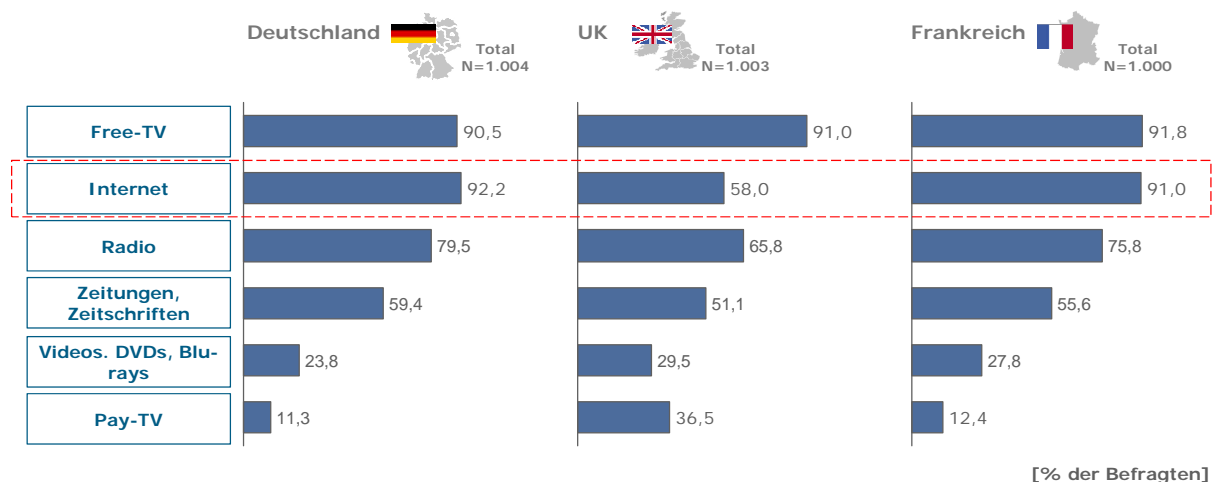


Abbildung 1: Regelmäßige Mediennutzung (täglich oder mehrmals die Woche); Quelle: goetzpartners repräsentative Konsumentenerhebung 2011

Das Internet hat das klassische Fernsehen als Leitmedium in Deutschland mittlerweile verdrängt und in Frankreich gleichwertig ergänzt. In Deutschland hat die regelmäßige Internetnutzung im Vergleich zum Vorjahr um knapp 19,5 Prozentpunkte zugenommen. Das liegt vor allem an der vermehrten Nutzung von sozialen Netzwerken und dem Konsum von Videoinhalten im Internet. „Besonders die jüngere Zielgruppe geht zunehmend zum ‚medialen Multitasking‘ über, d. h. der Nutzung des Internets in Kombination mit anderen Medien“, sagt Marcus Worbs-Remann, Senior Manager bei goetzpartners Management Consultants und einer der Autoren der Studie.

Any content, any device, any time, any place

Neben dem Trend der Parallelnutzung treibt auch die Entwicklung auf der Geräteseite die zunehmende Nutzung von Bewegtbildinhalten. Durch die rasant steigende Marktpenetration hybrider Endgeräte wie Smart TVs als auch mobiler Devices wie Smartphones und Tablets wird ein neues Multiscreen-Erlebnis zur Realität. Konsumenten können nun jederzeit und mit jedem ihrer Endgeräte auf ihre Inhalte zugreifen.

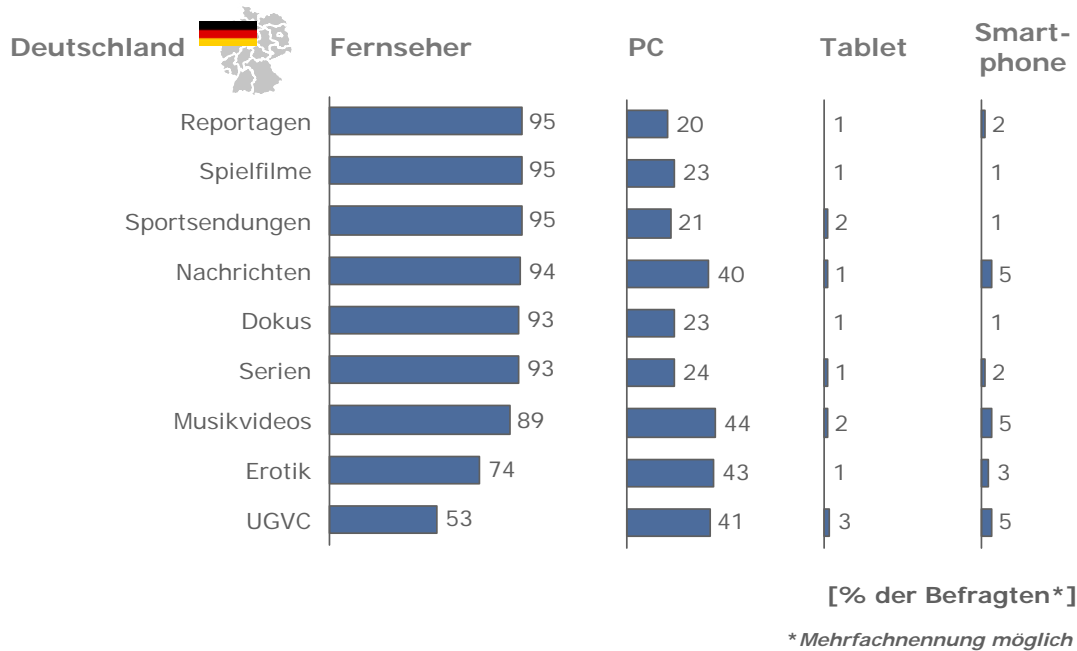


Abbildung 2: Bevorzugte Endgeräte zur Nutzung von IPTV-Angeboten; Quelle: goetzpartners repräsentative Konsumentenerhebung 2011

Das TV-Gerät ist dabei nach wie vor das präferierte Endgerät. Allerdings werden dafür immer häufiger Connected-TVs verwendet. Für bestimmte Inhalte ist zudem eine komplementäre Nutzung auf anderen Endgeräten zu beobachten: Sowohl User Generated Video Content (UGVC) als auch Erotik- und Musikvideos werden ebenfalls über PC, Tablet oder Smartphone abgerufen.

Dabei ist es für die Konsumenten entscheidend, zu jeder Zeit möglichst unkompliziert von jedem ihrer Endgeräte auf den gewünschten Inhalt zugreifen zu können, unabhängig von Standort, Inhaltenanbieter und Plattformbetreiber. Hierzu muss die Nutzung von Inhalten auf verschiedenen Devices mendienbruchfrei realisierbar sein. Dies erfordert insbesondere eine spezifische Ausgestaltung und Anpassung der Inhalte für das jeweilige Nutzungsumfeld. „Interoperabilität wird somit zur notwendigen Voraussetzung für ein umfassendes Multiscreen-Erlebnis der Konsumenten“ betont Dr. Alexander Henschel, Managing Director bei goetzpartners und Verantwortlicher für die Studie.

Interaktive Zusatzfunktionalitäten verändern auch klassische TV-Nutzung

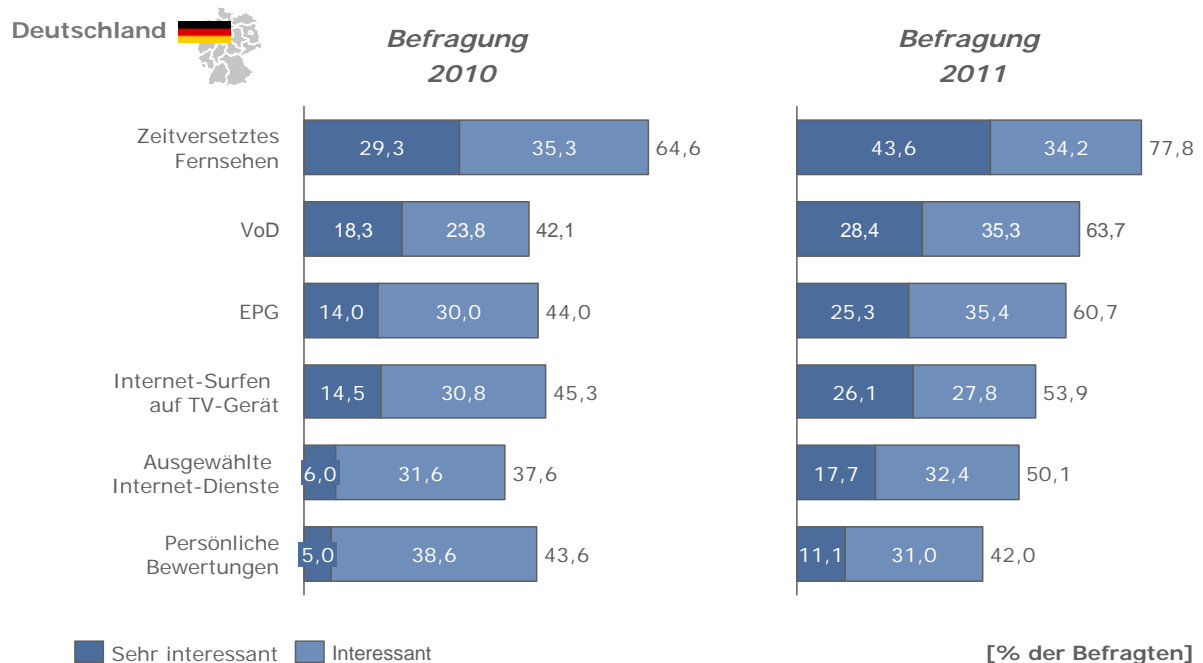


Abbildung 3: Entwicklung des Interesses an TV-Zusatzfunktionalitäten; Quelle: goetzpartners repräsentative Konsumentenerhebungen 2010-2011

Neben der nahtlosen Verfügbarkeit von Inhalten beeinflussen auch die innovativen Zusatzfunktionalitäten der IPTV-Angebote das Nutzungsverhalten der Konsumenten. Vor allem zeitversetztes Fernsehen und Video-on-Demand (VoD), aber auch interaktive Applikationen wie moderne EPGs, freies Surfen im Internet über das TV-Gerät oder der Zugriff auf vorausgewählte Apps sind jeweils für mehr als die Hälfte der Konsumenten interessant bzw. sehr interessant. Dies zeigt, dass Konsumenten den Mehrwert von IPTV-Angeboten gegenüber klassischen TV-Angeboten mittlerweile deutlich erkennen und als Bestandteil eines umfassenden TV-Angebots betrachten. Als Beispiel kann dafür der Kabelnetzbetreiber UPC herangezogen werden, der Mitte 2012 in mehreren europäischen Ländern ein höchst innovatives und vernetztes TV-Erlebnis anbieten wird. Das auf dem Snowflake-Konzept von NDS basierende User Interface von Horizon ermöglicht durch ein innovatives Bedienkonzept eine völlig intuitive Nutzung eines umfassenden Angebots an hochwertigen Inhalten wie VoD oder personalisierten TV-Empfehlungen. Dabei werden die Konsumenten die Möglichkeit haben, die abgerufenen Inhalte zwischen stationärem TV-Gerät und mobilen Endgeräten medienbruchfrei zu transferieren und zu nutzen.

Zentrale Herausforderungen

Diese neuen Möglichkeiten der Multiscreen-Mediennutzung und interaktiven Zusatzdienste müssen Content-Provider aufgreifen und sinnvoll bei der Gestaltung ihrer Inhalte berücksichtigen. Dabei gilt die Herausforderung, zuerst die Bedarfs- und Nutzungssituation der Konsumenten zu verstehen um daraus mit spezifischem Inhalteangebot, Integration nutzenstiftender Zusatzfunktionalitäten und passendem Endgerät eine nachhaltige Differenzierung von klassischen linearen TV-Angeboten am Markt zu realisieren. „Inhalte-Anbieter, die mit zielgruppen-adäquatem Content-Angebot in spezifischen Nutzungssituationen einen echten Mehrwert bieten, werden an der steigenden Nutzung von Bewegtbildcontent partizipieren“, so Henschel.

Über goetzpartners

goetzpartners ist ein führendes unabhängiges europäisches Beratungsunternehmen, das M&A-Beratung (Mergers & Acquisitions) und Management Consulting unter einem Dach kombiniert. Mit diesem einzigartigen Angebot berät goetzpartners Unternehmen entlang ihrer gesamten Wertschöpfungskette und schafft für sie nachhaltige Werte. Die Gruppe ist mit Büros in München, Düsseldorf, Frankfurt, London, Madrid, Moskau, Paris, Prag, Shanghai und Zürich sowie internationalen Kooperationen vertreten.

goetzpartners Management Consultants berät schwerpunktmäßig in den Bereichen Strategie, Operational Excellence und Business Transformation. Fokus von goetzpartners Corporate Finance ist die Beratung bei Unternehmenskäufen, -verkäufen und Fusionen.

Kontakt:

goetzpartners
Manuela Nikui
Director Marketing/PR
Prinzregentenstr. 56
80538 München
Tel.: +49 89 29 07 25-117
Fax: +49 89 29 07 25-215
Email: nikui@goetzpartners.com
www.goetzpartners.com