

Fernsehen wird gezielter und individueller genutzt

Die Schweiz wird digital: Zu diesem Schluss kommt eine repräsentative Umfrage des Link-Instituts im Auftrag von Swisscom in Bezug auf die Fernseh- und Internet-Gewohnheiten. Fernsehen wird gezielter und individueller genutzt; viele wollen ihr Programm selber zusammenstellen. Mittels Online-Umfrage in der deutschen und französischen Schweiz wurden nach 2005 auch in diesem Jahr das Verhalten sowie die Nutzung und Wünsche der Schweizer Fernseh- und Internetkonsumenten analysiert.

Immer mehr Schweizerinnen und Schweizer nutzen die Vorteile digitaler Fernsehangebote. Die neue Technik und die zugehörigen Geräte gehören längst nicht mehr nur bei den von der Technik Begeisterten zum Standard. Die Umfrage des Link-Instituts zeigt klar: Digitales TV und Pay-TV-Angebote sind auf dem Vormarsch. Nur 8% der Befragten schreckt die Angebotsvielfalt ab.

Mehr High-Tech im Wohnzimmer

Mittlerweile nutzen über 20% der Befragten ein digitales Pay-TV-Angebot. Einer der Gründe ist, dass rund 60% der Befragten lieber werbefreie Sendungen sehen, gegenüber 45% der Befragten im Jahr 2005. 36% der Schweizer Haushalte schauen sich das Programm auf einem oder mehreren Flachbildschirmen an. Vor zwei Jahren waren es erst 21%. DVD-Player gehören bei knapp 70% der befragten Personen zur Standardausrüstung – 2005 galt das erst für die Hälfte der Schweizer Haushalte. Einzig bei den Spielkonsolen stagnierte die Zahl. Wie 2005 gaben auch in diesem Jahr rund 35% der Befragten an, ein solches Gerät zu besitzen.

Gezielter und individueller: Jeder macht sein Programm

Wider Erwarten hat gemäss der Befragung das Internet mit seinem wachsenden Angebot dem Fernsehen keine Zuschauer weggenommen: nach wie vor schaut mehr als die Hälfte der Befragten täglich fern und gibt an, gleich viel oder mehr TV-Sendungen zu sehen, seit sie einen Internet-Anschluss haben. Dies geschieht aber gezielter und individueller: Viele wollen ihr Programm selber

zusammenzustellen, was die neuen Technologien auf einfache Weise ermöglichen. Für 75% der Befragten ist dieses Bedürfnis wichtig oder sehr wichtig; 2005 galt dies nur für 59%.

Internet und TV als Partner

Schnelle Internet-Anschlüsse gewinnen an Bedeutung. Während bei der Umfrage im Herbst 2005 noch ein Viertel der befragten Schweizerinnen und Schweizer mit einer Dial-up-Verbindung online gingen, waren es in der aktuellen Studie nur noch 6%, während ADSL-Anschlüsse weiterhin zulegen (64% der Befragten). Die Zahl der Schweizer, die ihr Fernsehprogramm über eine Internetverbindung statt über Kabel oder Satellit beziehen, hat sich gegenüber 2005 fast verdreifacht und liegt in der neuen Umfrage bei 14%. 10% der befragten Personen nutzen gleich den Computer zum Fernsehen, die übrigen ziehen das TV-Gerät vor. In beiden Fällen sehen die Befragten am liebsten zuhause fern, und vermehrt auch gemeinsam mit anderen (22% im Jahr 2005, 44% im Jahr 2007). Trotz der neuen Möglichkeiten geben nur 1-2% an, TV-Sendungen auf mobilen Geräten wie Notebook, mobilem DVD-Player oder über das Natel zu sehen. Auch bei der Nutzung als Radioempfänger oder Musikbox konnte das Internet nur langsam zulegen. In der diesjährigen Umfrage gaben 37% der Befragten an, über das Internet Musik oder Internetradio zu hören, gegenüber 31% der Befragten 2005. Diese Erkenntnisse sind umso bemerkenswerter, als die aktuelle Studie mittels Online-Panel durchgeführt wurde, also eine Internet-affinere Bevölkerung zum Ziel hatte.

Bluewin TV-Nutzer nehmen den Trend vorweg

Die Swisscom Umfrage nahm neben dem repräsentativen allgemeinen Internet-Panel gezielt die Kunden von Bluewin TV ins Visier. Und diese zeigen sich an der Spitze des allgemeinen Trends: sie besitzen zum Beispiel mehr Flachbildschirme (40% der Bluewin TV-Kunden, gegenüber 24% der anderen Befragten) und 33% verfügen bereits über einen VDSL-Internetanschluss, gegenüber nur 1% der übrigen Befragten. Bluewin TV-Kunden nutzen ihr Angebot gerne und häufig: 70% geben an, täglich fern zu sehen. Als besondere Vorteile des digitalen Angebotes nennen jeweils zwei Drittel der Befragten die Möglichkeit, Sendungen und Filme zeitversetzt sehen zu können und sich das Fernsehprogramm selbst zusammenzustellen. Für weitere 60% der befragten Bluewin TV-Nutzer spielt das einfache Aufnehmen von Sendungen eine wichtige Rolle. Sendervielfalt, Live-

Sportübertragungen und vor allem der elektronische Programmführer werden von allen Befragten einschliesslich der Bluewin-Kunden als wichtige oder sehr wichtige Kundenvorteile genannt.

Die technische Entwicklung geht weiter

Die neuen Medien wie Fernsehen am Computer, IPTV und HDTV stossen in der Schweiz auf ein breites Interesse. Während 17% der Befragten bereits eine der neuen Technologien nutzen und sie als Bereicherung empfinden, zeigen sich knapp 40% interessiert, wollen sich aber noch informieren. Nur 8% der befragten Personen fühlen sich von der grossen Vielfalt des Angebotes abgeschreckt. Vor allem die Bildqualität spielt bei der neuen Technik eine grosse Rolle: sie ist knapp 80% der Befragten sehr wichtig. Entsprechend geben über die Hälfte an, ein für den Empfang von hoch auflösendem Fernsehen (HDTV) ausgerüstetes Fernsehgerät zu besitzen oder beim Kauf des nächsten Fernsehgerätes darauf zu achten.

Zürich, 22. Oktober 2007