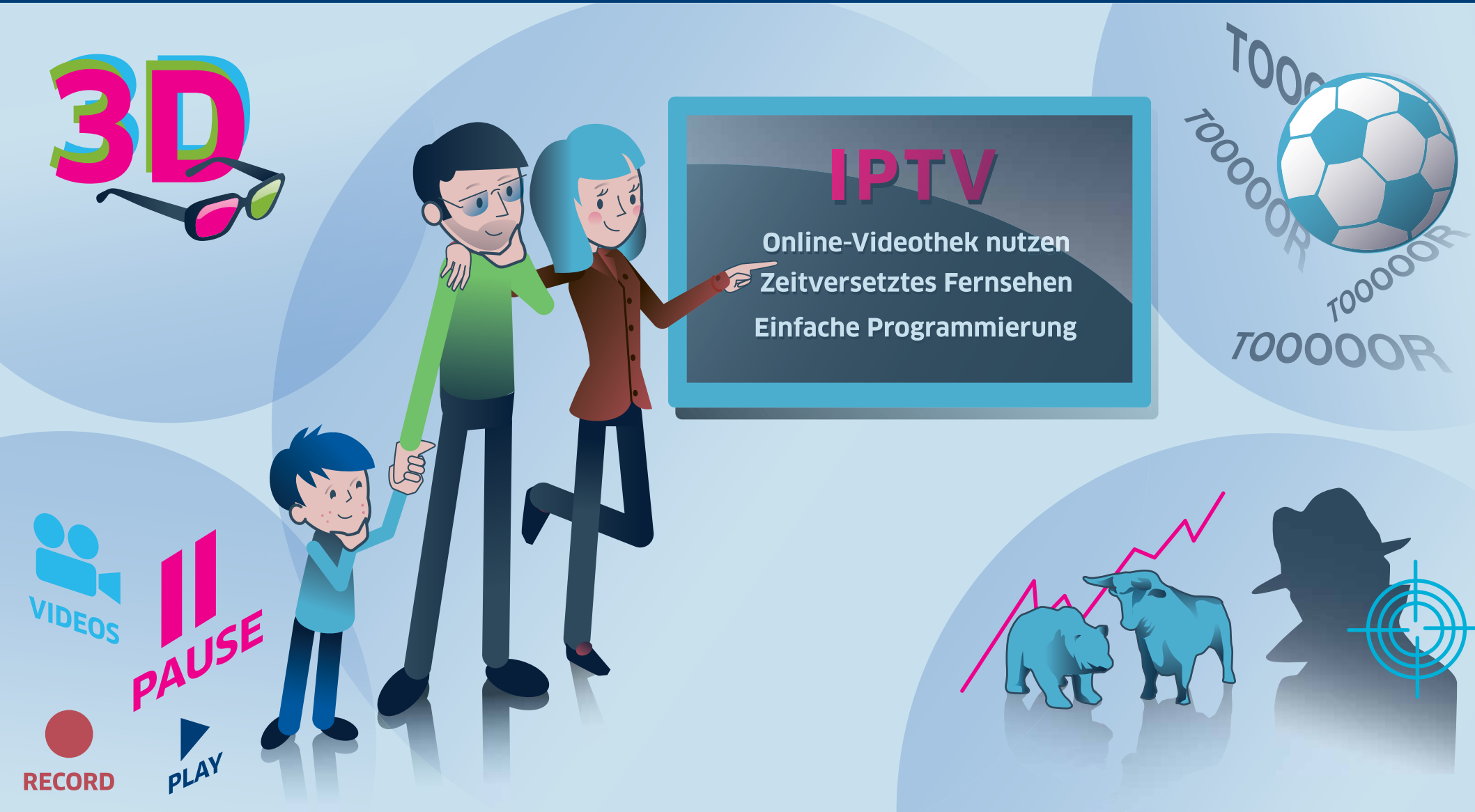
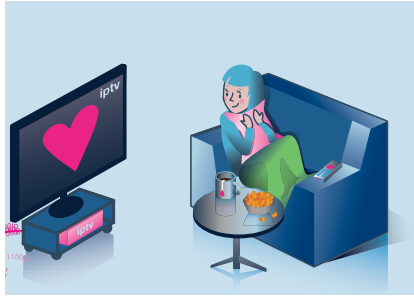
Fernsehen, wie ich es will

LIFE* Report

Flexibles Fernsehen für flexible Lebensstile





78%
der Deutschen
sehen täglich
fern.

Berufstätige
und Familien
mit Kindern
schätzen IPTV
besonders.

62% der
Fußballfans
würden am
liebsten alle
Spiele in
HD-Qualität
sehen.

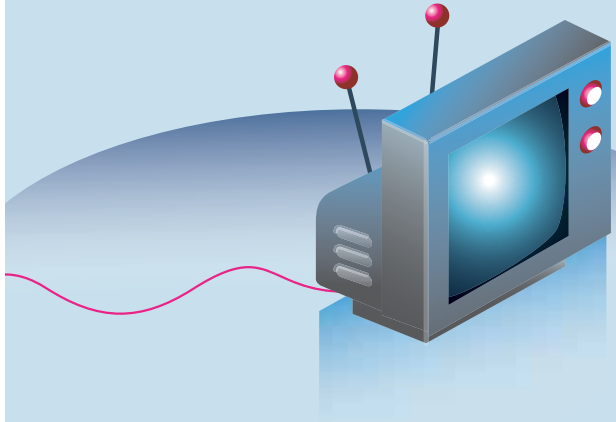
Erfolgsstory Fernsehen

Der Siegeszug des Fernsehens ist auch in Deutschland ungebrochen. Seit rund 60 Jahren unterhält und informiert das Medium. Aus den knapp 300 Zuschauern zu Beginn der 1950er-Jahre sind in Deutschland inzwischen mehr als 72 Millionen geworden. Fernsehsendungen sind Small-Talk-Thema, Aufreger und soziales Ereignis. Aber wie behauptet sich das Fernsehen in Zeiten von Internet und Co.? Wie passen flexible Arbeitszeiten und individuelle Lebensstile zum durchgetakteten Fernsehprogramm? Der aktuelle Life Report liefert überraschende Antworten.

1.0 Fernsehen, der Freizeit-favorit

78 PROZENT DER DEUTSCHEN sehen täglich fern, knapp jeder Zweite (48%) sogar mehr als zwei Stunden am Tag. Fernsehen ist damit mit Abstand die liebste Freizeitbeschäftigung, vor Musik hören (71% täglich), Lesen (58% täglich) oder im Internet surfen (44%). Nur gut vier Prozent der Deutschen geben an, niemals fernzusehen. Neben Informationsgewinnung (90%) suchen die meisten Unterhaltung (85%) und Entspannung (71%) im Fernsehprogramm. Letzteres ist vor allem für Frauen wichtig: Drei Viertel (76%) der weiblichen Zuschauer suchen Entspannung, bei den Männern schalten zwei Drittel (66%) deshalb den Fernseher an. Jeder Dritte (34%) hält sich für seine Lieblingssendung bewusst den Abend frei und 16 Prozent gehen sogar nicht ans Telefon, wenn es sie beim Fernsehen stört.

Zugleich ist Fernsehen ein soziales Medium: Für jeden dritten Zuschauer (35%) ist der gemeinsame Zeitvertreib mit anderen ein wichtiger Anlass. Vor allem Männer (39%) und junge Frauen (52% der unter 30-Jährigen) sehen gerne mit Freunden fern. Auch überdurchschnittlich viele Familien sehen im Fernsehen einen gemeinsamen Zeitvertreib (43%) – vor allem, wenn die Kinder klein sind (53% der Befragten mit Kindern unter fünf Jahren). Ob sich die Eltern auf den gemeinsamen Krimi am Abend freuen oder die Sendung mit der Maus zum Familien-Highlight wird, bleibt dabei offen. Ältere Menschen sehen vermehrt fern, um mitreden zu können. Der Flachbildfernseher wird damit zum modernen Herdfeuer, um das sich abends Familie und Freunde scharren.



78%
DER DEUTSCHEN SEHEN TÄGLICH FERN.

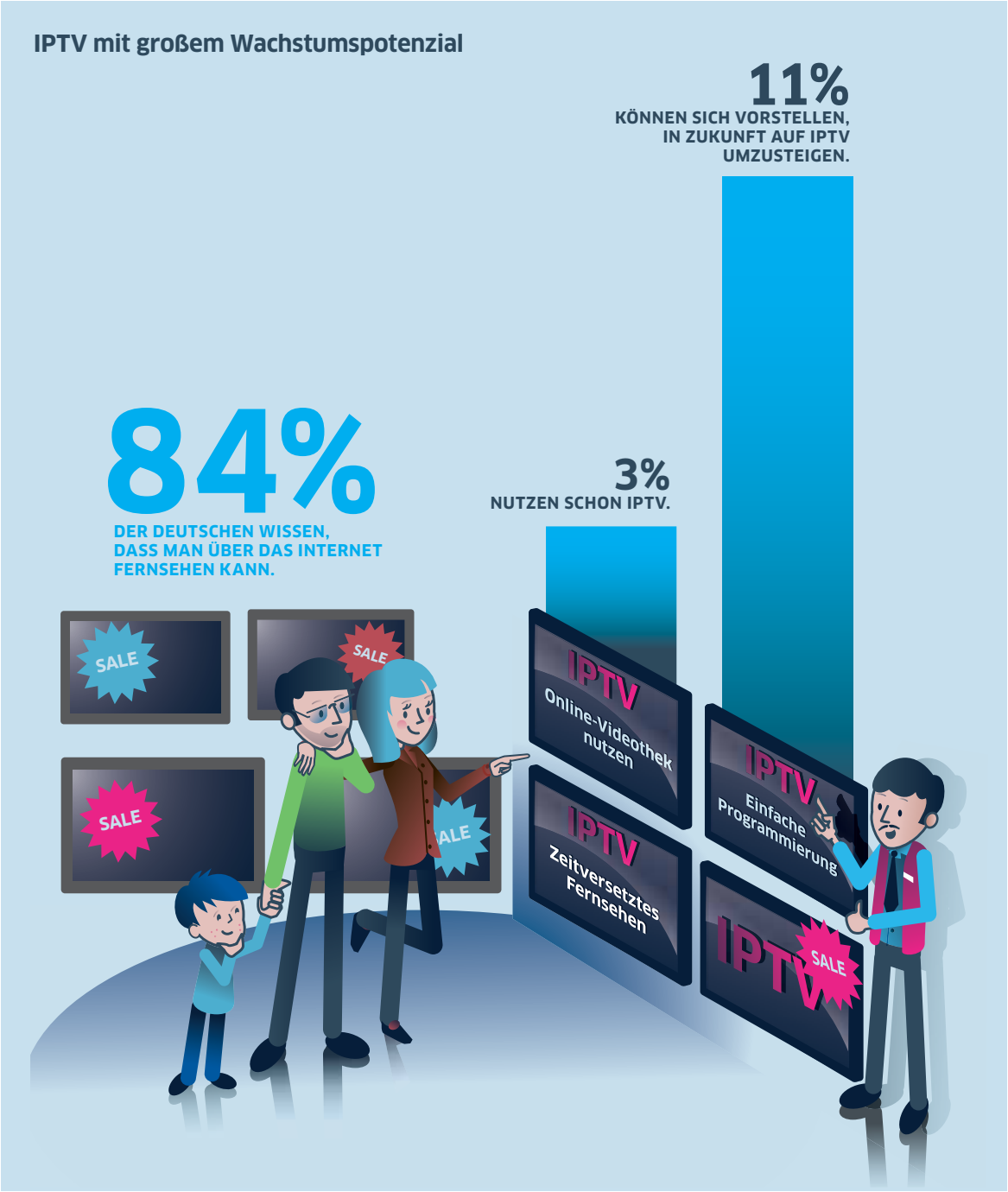
Frauen entspannen vor dem Fernseher, Männer gucken mit Freunden.

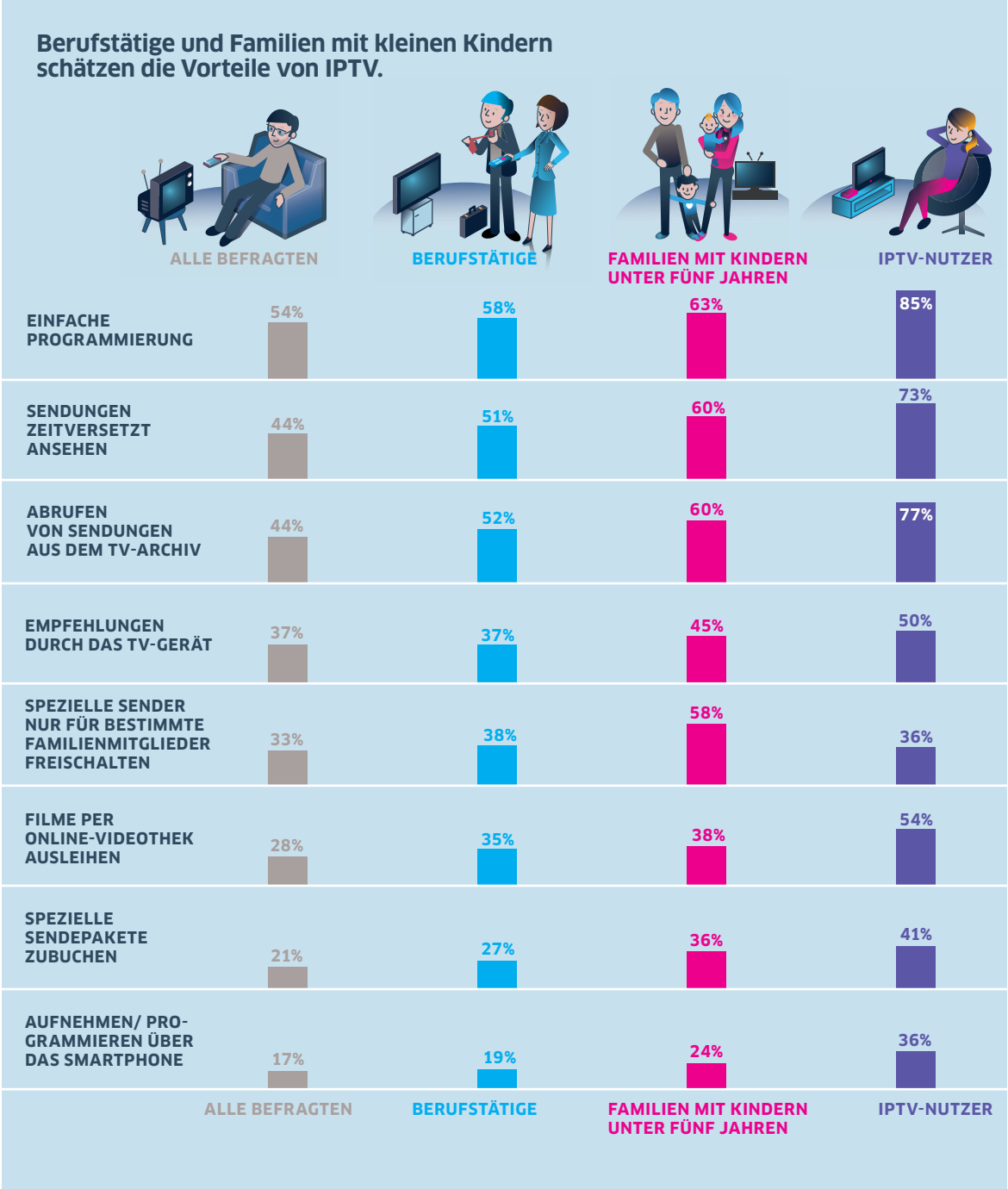
Informationen zur Stichprobe und zum Studien-Set-up auf S. 10

2.0 IPTV – **I**mmer **P**ersönlich, **I**mmer **P**räsenter

DER FERNSEHEMPFANG über Kabel oder Satellit ist derzeit in Deutschland die häufigste Art des Fernsehempfangs. IPTV, das heißt, Fernsehempfang über die DSL-Leitung, nutzen derzeit drei Prozent. Unter Berufstätigen, die oft noch nach acht Uhr abends arbeiten, ist der Anteil der IPTV-Nutzer mit sechs Prozent bereits doppelt so hoch. Die Zahl der IPTV-Nutzer wird sich in den kommenden Jahren in Deutschland wahrscheinlich massiv erhöhen: 11 Prozent derjenigen, die bislang noch eine alternative Anschlussart nutzen, können sich vorstellen, in Zukunft auf IPTV umzusteigen. Kein Wunder, dass IPTV derzeit die Empfangsart mit den höchsten Wachstumsraten ist.

Auch das Wissen über diese noch relativ junge Empfangsart verbreitet sich derzeit immer weiter. Vor allem bei jüngeren Befragten (14-29 Jahre) weiß mehr als jeder Zweite (55%), was die Abkürzung IPTV bedeutet. Vier von fünf Deutschen (84%) ist bekannt, dass man über das Internet fernsehen kann, auch wenn die Abkürzung IPTV noch nicht allen geläufig ist. So vermuten in Westdeutschland gut sechs Prozent einen Fernsehsender hinter der Bezeichnung, im Osten tippt einer von 20 darauf, dass es sich um einen neuartigen Computervirus handelt.





3.0 Fernsehen für Familien und Flexible

VOR ALLEM Berufstätige und Familien mit Kindern wissen die Vorzüge und die Flexibilität zu schätzen, die ihnen IPTV ermöglicht. IPTV-Nutzer können zwar nicht die Zeit anhalten, aber immerhin das Fernsehprogramm dann starten, wenn sie wollen: Diese Funktion begeistert fast zwei Drittel der Befragten (60%) mit Kindern unter fünf Jahren. Die einfache Programmierung überzeugt 58 Prozent der Berufstätigen. IPTV-Nutzer, also diejenigen, die das Feature bereits testen konnten, bewerten es sogar zu 85 Prozent als nützlich. Nicht überraschend, wenn man bedenkt, dass jeder vierte (26%) Fernsehzuschauer sich schon einmal geärgert hat, weil eine Sendung vom Video- oder DVD-Rekorder nicht oder nur fehlerhaft aufgenommen wurde.

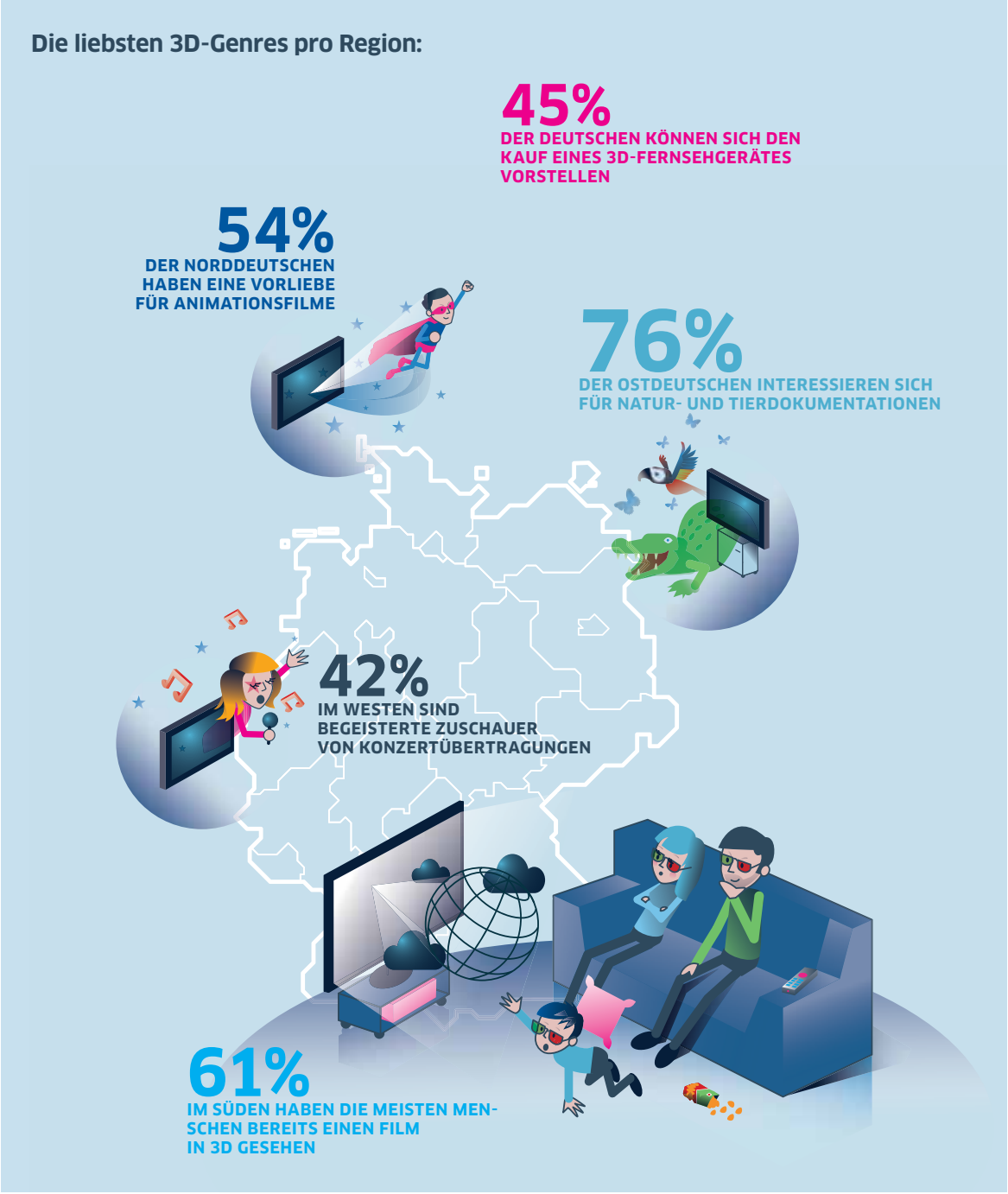
Die Option, einzelne Sender nur für bestimmte Familienmitglieder freizuschalten, kommt vor allem bei Befragten mit kleinen Kindern gut an (58%). Filme bequem per Online-Videothek auszuleihen und sich das mühsame Abholen und Zurückbringen zu ersparen, begeistert jeden dritten Berufstätigen (35%) und mehr als jeden zweiten IPTV-Nutzer (54%). Die Idee, vom Fernsehgerät Empfehlungen auf Basis der bevorzugten Sendungen zu erhalten, kann sich jeder dritte Befragte (37%) als nützlich vorstellen, aber jeder zweite IPTV-Nutzer (50%). Schnell eine Sendung per Smartphone von unterwegs zu programmieren oder aufzunehmen, kommt insgesamt bereits bei jedem sechsten Befragten, jedem dritten IPTV-Nutzer (36%) und jedem vierten Befragten mit kleinen Kindern (24%) gut an.

4.0 Alles wird 3D

JEDER ZWEITE DEUTSCHE (54%) hat bereits ein Mal einen Film in 3D gesehen. Dabei herrscht ein überraschendes Süd-Nord-Gefälle: Während in Bayern und Baden-Württemberg bereits 61 Prozent der Befragten einen Film in 3D gesehen haben, ist es in Norddeutschland nur knapp jeder Zweite (48%; Osten: 49%; Westen: 55%).

Insgesamt können sich 45 Prozent der Deutschen vorstellen, beim nächsten Fernsehkauf ein 3D-fähiges Fernsehgerät anzuschaffen. Trotz der geringeren Erfahrung mit 3D-Inhalten ist dieser Anteil in Norddeutschland besonders hoch: Hier würde jeder Zweite (51%) beim nächsten Fernsehkauf zum 3D-Gerät greifen.

Auch bei den Inhalten zeigen sich regionale Vorlieben: Im Osten sind drei Viertel (76%; Durchschnitt Gesamtdeutschland: 70%) an Natur- und Tierdokumentationen wie dem BBC-Renner „Unsere Erde“ in 3D interessiert. Dagegen haben im Norden Werke wie „Rio“ gute Karten oder auch die eher gruselige Rotkäppchen-Neuverfilmung: hier herrscht eine überproportionale Vorliebe für Trick- und Animationsfilme (54% gegenüber 49% insgesamt) sowie Horrorfilme/ Thriller (34% gegenüber 29% gesamt). In Westdeutschland wird es dagegen lauschig. Familienunterhaltung oder romantische Komödien wie „Kokowääh“ kommen besonders gut an (30% gegenüber 26% gesamt). Die Befragten im Westen sind auch begeisterter, wenn sie bei Konzertübertragungen die Shows von Lady Gaga oder Linkin Park in voller 3D-Pracht bewundern können (42% gegenüber 40% gesamt).



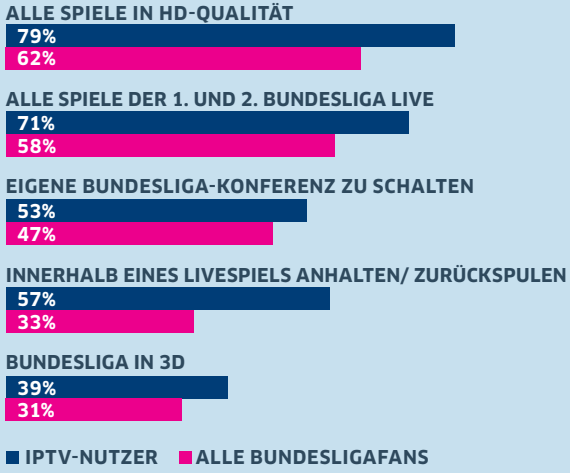
5.0 Fußball ist Königsklasse im IPTV

SEIT DER WM 2006 hat der Volkssport Fußball einen neuen Impuls bekommen: 46 Prozent der deutschen Fernsehzuschauer verfolgen die Fußballbundesliga. Immerhin jede dritte Fernsehzuschauerin gibt an, bei Liga-Spielen am Ball zu bleiben – mit zunehmendem Alter steigt dieser Wert (über 60-Jährige: 43%). Ob das jahrelange Zusammenleben mit einem fußballbegeisterten Ehemann hier abfärbt? Regional zeigen sich vor allem norddeutsche Fernsehzuschauer fußballverrückt: 52% verfolgen die Bundesliga, in Ostdeutschland nur 41%.

Dass Fußball mit IPTV noch schöner ist, finden vor allem Fußballfans aus dem Westen – und natürlich IPTV-Nutzer, die alle Vorteile schon ausprobieren konnten. Insgesamt würden fast zwei Drittel (62%) der Fußballbegeisterten gerne alle Spiele in HD-Qualität verfolgen. Bundesweit begeistert dies vor allem die Ostdeutschen (68%) – und natürlich die IPTV-Nutzer (79%). Im Westen schlägt dagegen bei fast zwei Dritteln (64%) das Herz höher, wenn sie daran denken, alle Spiele der 1. und 2. Bundesliga live zu sehen (allgemein: 58%; IPTV-Nutzer: 71%). Die Idee einer eigenen Bundesliga-Konferenzschaltung findet dort jeder Zweite (54%) interessant. Je gut ein Drittel aller Fußballfans würden es begrüßen, innerhalb eines Livespiels anhalten und zurückspulen zu können, um zum Beispiel ein Abseits zu prüfen (33%), oder die Bundesliga in 3D zu sehen (31%). Die IPTV-Nutzer begeistert das Vor- und Zurückspulen innerhalb eines Livespiels noch mehr: Von dieser Funktion sind 57 Prozent angetan.

Sollte die Fußballberichterstattung samstags erst später im Fernsehen ausgestrahlt werden, würde fast jeder vierte Fußballinteressierte (22%) schon vorher für die Berichterstattung auf das Internet ausweichen. Im Süden gibt sogar fast jeder dritte Fan (30%) an, in diesem Fall andere Kanäle als das Fernsehen zu nutzen.

So wird die Bundesliga für die Fußballfans noch schöner:



Auf Grund geringer Fallzahlen bei den befragten IPTV-Nutzern (143 Männer; 105 Frauen) sind die Prozentwerte als Tendenzaussagen zu verstehen

6.0 Frauen und IPTV?

DER BLICK IN die Zahlen verrät, dass Fernsehen per Internetprotokoll gerade für die weiblichen Befragten Vorteile bietet! Wegen der noch eher geringen Anzahl der IPTV-Pionierinnen, lassen sich vorerst eher Tendenzen ablesen, aber die sind deutlich.

Im Gegensatz zu Männern sehen Frauen vor allem zur Entspannung (76%; Männer: 66%) oder zur Unterhaltung (87%; Männer: 82%) fern – und wer will sich dabei schon nach dem Fernsehprogramm richten? Ein klarer Vorteil für die einfache Aufnahmefunktion. Während von den Frauen, die kein IPTV nutzen, jede dritte angibt, Sendungen aufzuzeichnen sei kompliziert (34%), ist es bei den IPTV-Nutzerinnen nur jede vierte (24%). Bei der Frage, ob sie auch mal nicht ans Telefon gehen, wenn es beim Fernsehen stört, sind sich IPTV-Nutzerinnen und Nicht-Nutzerinnen aber einig: Wenn die beste Freundin anruft, hebt frau ab (IPTV-Nutzerinnen: 87%; Nicht-Nutzerinnen: 84%).

Auch andere Anlässe rufen Frauen – und Männer – vom Fernseher weg. Dabei zeigt sich überraschender Weise, dass IPTV offenbar die Gleichberechtigung fördert. Während unter allen Befragten ohne IPTV eher die Frauen angeben, durch Haushalt (53% ; Männer: 47%) oder Kinder (41% ; Männer: 33%) beim Fernsehprogramm unterbrochen zu werden, gleicht sich das Bild bei den IPTV-Nutzern an: Männer, die IPTV nutzen, geben häufiger an, den Fernseher für Hausarbeit zu verlassen (60%), ebenso ist der Anteil der Männer, der sich trotz laufender Sendung um den Nachwuchs kümmert, bei IPTV-Nutzern höher (37%).

Auch direkt scheint IPTV die Partnerschaft zu fördern. Egal ob Männer oder Frauen: Zwei Drittel (64%) der IPTV-Nutzer unterbrechen das Fernsehprogramm, um sich zwischendrin mit dem Partner zu beschäftigen. Bei den Fernsehjunkies ohne IPTV ist es nur jeder Zweite (50%).

7.0 Einschalten, umschalten: was beim Fernsehen fesselt

NACH FEIERABEND ABSCHALTEN oder per Fernseher am Ball bleiben: Beim Vergleich der Fernsehvorlieben von berufstätigen und nicht berufstätigen Frauen zeigen sich überraschende Unterschiede. Beide Gruppen interessieren sich am meisten für Nachrichten, Dokumentationen und Spielfilme – danach scheiden sich aber die Geister. Von wegen Hausfrauenfernsehen: Zwei Drittel der nicht berufstätigen Frauen interessieren sich für Polit- und Wirtschaftssendungen (66%) und wählen dieses Format damit für sich auf Platz vier der beliebten Fernsehgenres. Bei den berufstätigen Frauen landet diese Kategorie mit 58% auf Platz sieben (berufstätige Männer: 74%). Wenn frau müde von der Arbeit kommt, entspannt sie dagegen lieber bei einem guten Krimi oder Thriller (Platz vier bei den Berufstätigen mit 71%; Nicht-Berufstätige: Platz fünf/60%). Auch Comedy-Sendungen (57% vs. 43%), Kinder- und Jugendsendungen (36% vs. 28%) oder Science-Fiction-/Mystery-Programme (33% vs. 20%) finden unter den erwerbstätigen Frauen mehr Fans.

Für Sportsendungen im Fernsehen begeistert sich dagegen jede zweite nicht berufstätige Frau (51%), aber nur 38 Prozent der Berufstätigen. Das Erotikgenre findet bei den weiblichen Zuschauern den geringsten Anklang – bei Frauen, die einen Job ausüben, mit fünf Prozent allerdings immerhin doppelt so viel wie bei den Nicht-Berufstätigen (2%).

Informieren oder entspannen:
Berufstätige Frauen bevorzugen Formate wie Krimis; bei den nicht berufstätigen Frauen wecken Polit- /Wirtschaftssendungen das Interesse.

	ANTEIL BERUFSTÄTIGER FRAUEN, DIE DAS GENRE INTERESSANT FINDEN			ANTEIL DER NICHT BERUFSTÄTIGEN FRAUEN, DIE DAS GENRE INTERESSANT FINDEN	
01	NACHRICHTEN	97%	01	NACHRICHTEN	96%
02	DOKUMENTATIONEN	88%	02	DOKUMENTATIONEN	86%
03	SPIELFILME	85%	03	SPIELFILME	83%
04	KRIMIS/ THRILLER	71%	04	POLIT-/WIRTSCHAFTSSENDUNGEN	66%
05	RATGEBER-/SERVICEMAGAZINE	65%	05	KRIMIS/ THRILLER	60%
06	SERIEN	61%	06	RATGEBER-/SERVICEMAGAZINE	59%
07	POLIT-/WIRTSCHAFTSSENDUNGEN	58%	07	SERIEN	57%
08	COMEDY	57%	08	SPORT	51%
09	SPORT	38%	09	COMEDY	43%
10	KINDER-/ JUGENDSENDUNGEN	36%	10	CASTING-/UNTERHALTUNGSSHOWS	38%
11	FANTASY/SIFI/ MYSTERY	33%	11	DOKU-SOAPS	31%
12	CASTING-/UNTERHALTUNGSSHOWS	32%	12	KINDER-/ JUGENDSENDUNGEN	28%
13	DOKU-SOAPS	31%	13	FANTASY/SIFI/ MYSTERY	20%
14	EROTIKFILME	5%	14	EROTIKFILME	2%

METHODIK

Die Befragung wurde von TNS Infratest im Auftrag der Deutschen Telekom im April 2011 durchgeführt. Grundgesamtheit war die deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren in Privathaushalten in der Bundesrepublik Deutschland. Die Stichprobe ist für diese Grundgesamtheit repräsentativ. Befragt wurden 2.005 Interviewpartner über computergestützte telefonische Interviews. Um für die Untergruppe der IPTV-Nutzer repräsentative Aussagen tätigen zu können, wurde diese Gruppe über 150 telefonische Boost-Interviews zusätzlich befragt. Die Ergebnisse der Boost-Befragung wurden gewichtet in die Gesamtergebnisse eingerechnet.

LEGENDE

Nord: Schleswig-Holstein, Hamburg, Niedersachsen, Bremen

Ost: Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg, Sachsen-Anhalt, Berlin, Sachsen, Thüringen

West: Nordrhein-Westfalen, Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland

Süd: Bayern, Baden-Württemberg

IMPRESSUM

„Fernsehen, wie ich es will –
Flexibles Fernsehen für flexible Lebenstile“
c/o Deutsche Telekom AG
Friedrich-Ebert-Allee 140
53113 Bonn

Amtsgericht Bonn HRB 6794,
Sitz der Gesellschaft Bonn
USt-IdNr. DE 123475223
WEEE-Reg.-Nr. DE50478376

www.studie-life.de

Alle Rechte vorbehalten.
Copyright 2011 by Deutsche Telekom AG

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urhebergesetzes ist ohne Zustimmung der Deutschen Telekom AG unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Übersetzungen, Vervielfältigungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

KONZEPTION/ERHEBUNGEN:

TNS Infratest GmbH
Maik Manig
Alexandra Dusel

REDAKTION:

Björn Muscheid
Katja Brösse

GESTALTUNG UND KONZEPTION:

G+J Corporate Editors GmbH
Mareike Krause

ILLUSTRATION:

Thomas Kappes