



# Medienorientierung „Digitales Fernsehen“



4. Juli 2006

---

Dr. Hajo Leutenegger, Präsident  
Dr. Claudia Bolla-Vincenz, Geschäftsführerin



# Agenda

## Teil I: Übergang zu digitalem Fernsehen

(Dr. Hajo Leutenegger)

- Sicht Swisscable: Strategie und Empfehlungen
- Sicht der Bevölkerung: Ergebnisse DemoSCOPE-Befragung

## Teil II: Branchenzahlen

(Dr. Claudia Bolla-Vincenz)

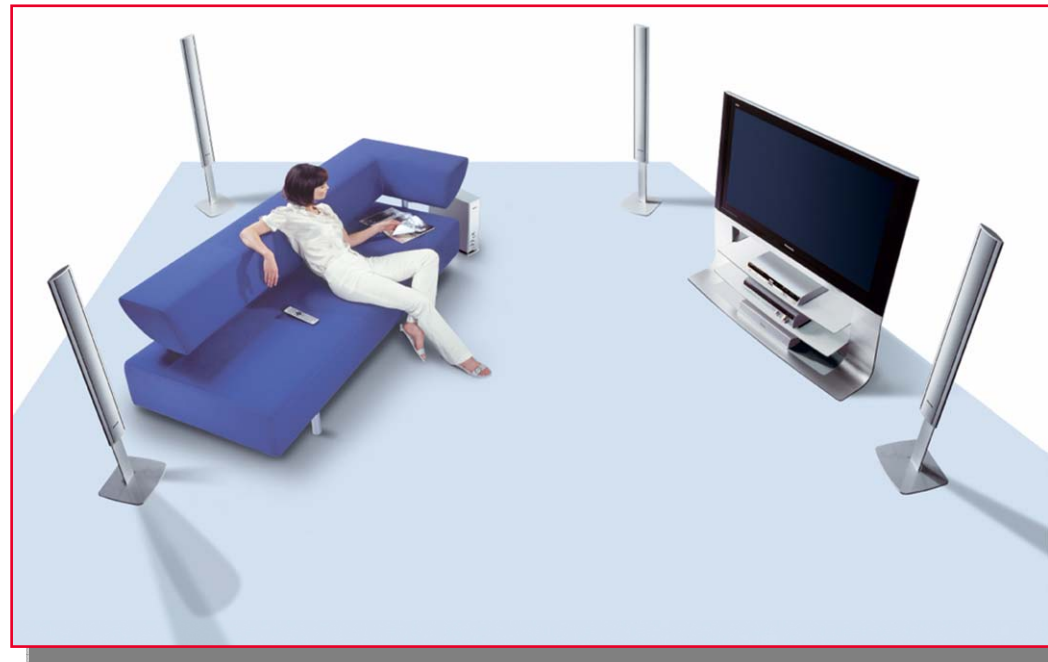
- Zahlen der DemoSCOPE-Befragung
- Zahlen Swisscable



„Die Zukunft des Fernsehens ist digital.“



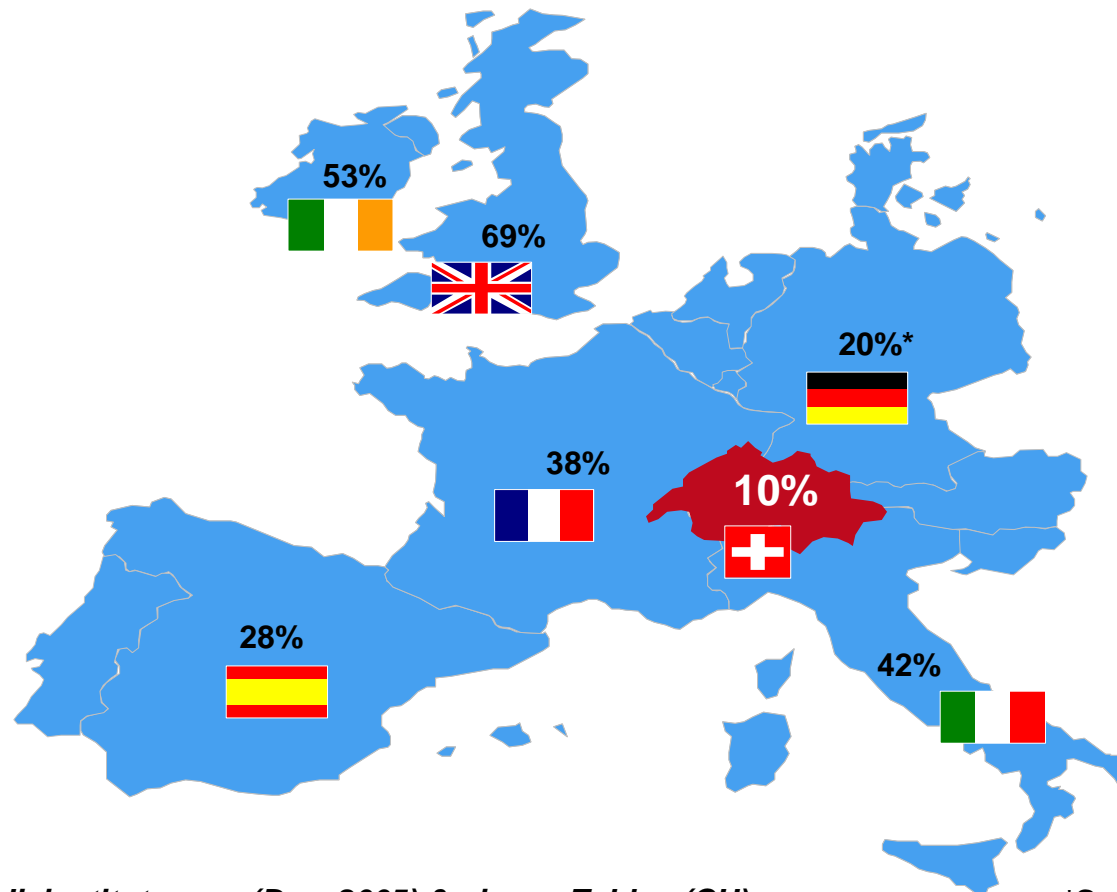
=> Cable goes *digital* <=





# Unterdurchschnittliche Penetration von digitalem Fernsehen (DTV) in der Schweiz

DTV-Penetration in Europa - % der TV-Haushalte (Zahlen per Ende 2005)



Quelle: [www.e-mediainstitute.com](http://www.e-mediainstitute.com) (Dec. 2005) & eigene Zahlen (CH)

\*Schätzung, Zahl Juni 2005: 17%



## Digitales Fernsehen ist besser (I)

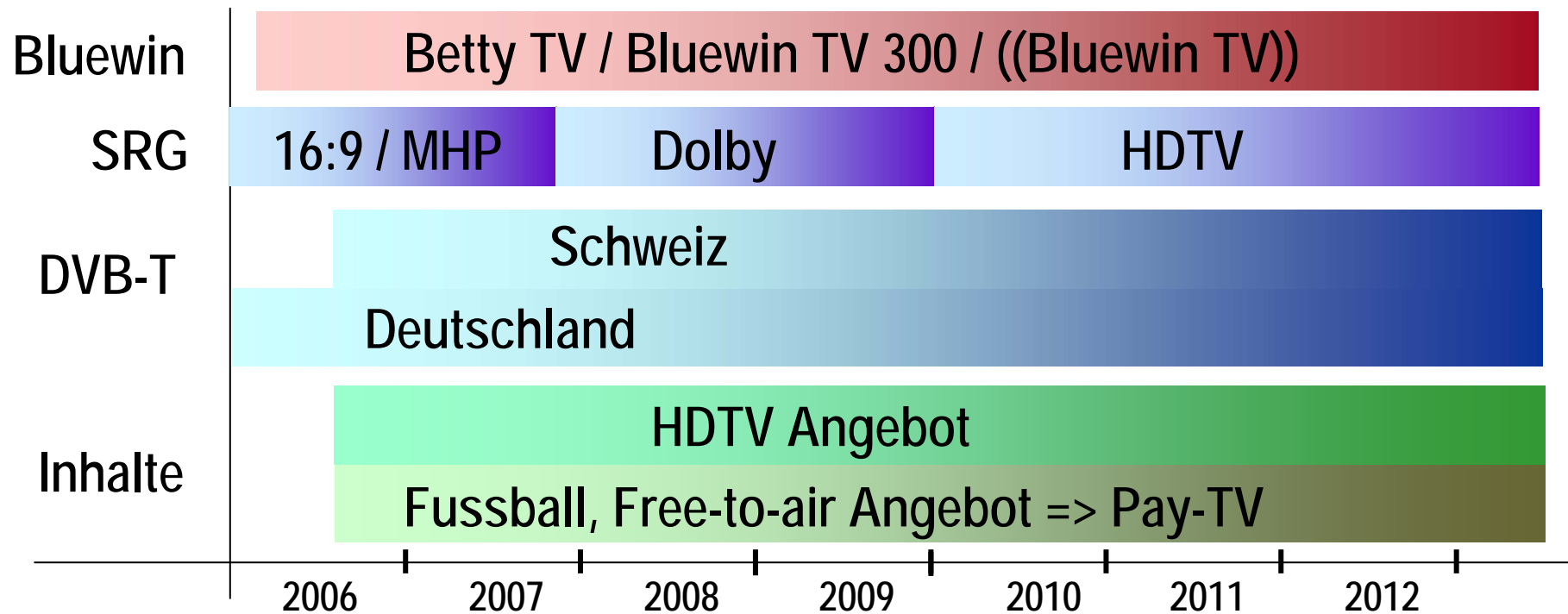
- Digitales Fernsehen bedeutet eine **bessere Bild- und Tonqualität**:
  - Stärkeres Bild- und Sounderlebnis dank DVD-Qualität und Dolby (kurz bis mittelfristig)
  - Neues Fernseherlebnis dank High Definition TV (mittelfristig)
- Digitales Fernsehen bedeutet eine **grössere Programmvierfalt** und **mehr Wahlmöglichkeiten**:
  - Mehr Programme im Kabel dank besserer Ausnutzung der Kapazitäten (6 digitale Kanäle pro analogen Kanal).
  - Individuelles Programmangebot dank attraktivem Basis- und vielen Zusatzangeboten (Sparten)  
=> Jeder bezahlt nur, was er auch abonniert hat



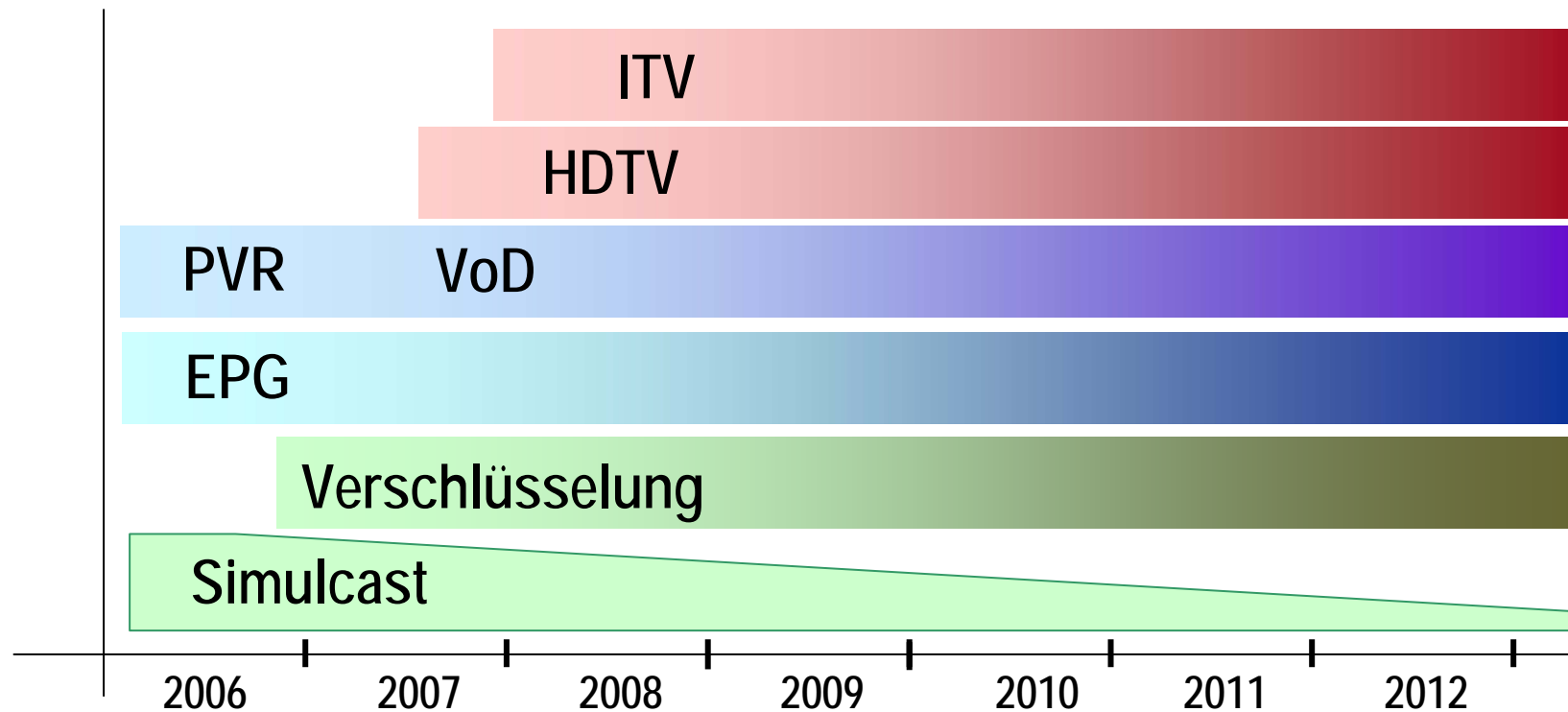
## Digitales Fernsehen ist besser (II)

- Digitales Fernsehen ermöglicht ein **neues Fernseherlebnis** dank **Unabhängigkeit vom Programm raster**. Neue Angebote machen dies möglich:
    - digitale Videorecorder (Personal Videorecorder = PVR)
      - => Zeitversetztes Fernsehen durch einfache Programmierung
      - => Pausen während Sendungen
      - => Einfaches Aufnehmen und Verwalten von Sendungen
    - elektronische Programmführer (Electronic Programme Guide = EPG)
      - => Einfaches Suchen nach bestimmten Programmen
      - => Kein mühsames Suchen in Zeitungen u. Zeitschriften
- 
- Filme auf Abruf (Video on Demand = VoD) } Zukunft
    - => Kino zu Hause, wann immer dies gewünscht wird

# Der Markt entwickelt sich



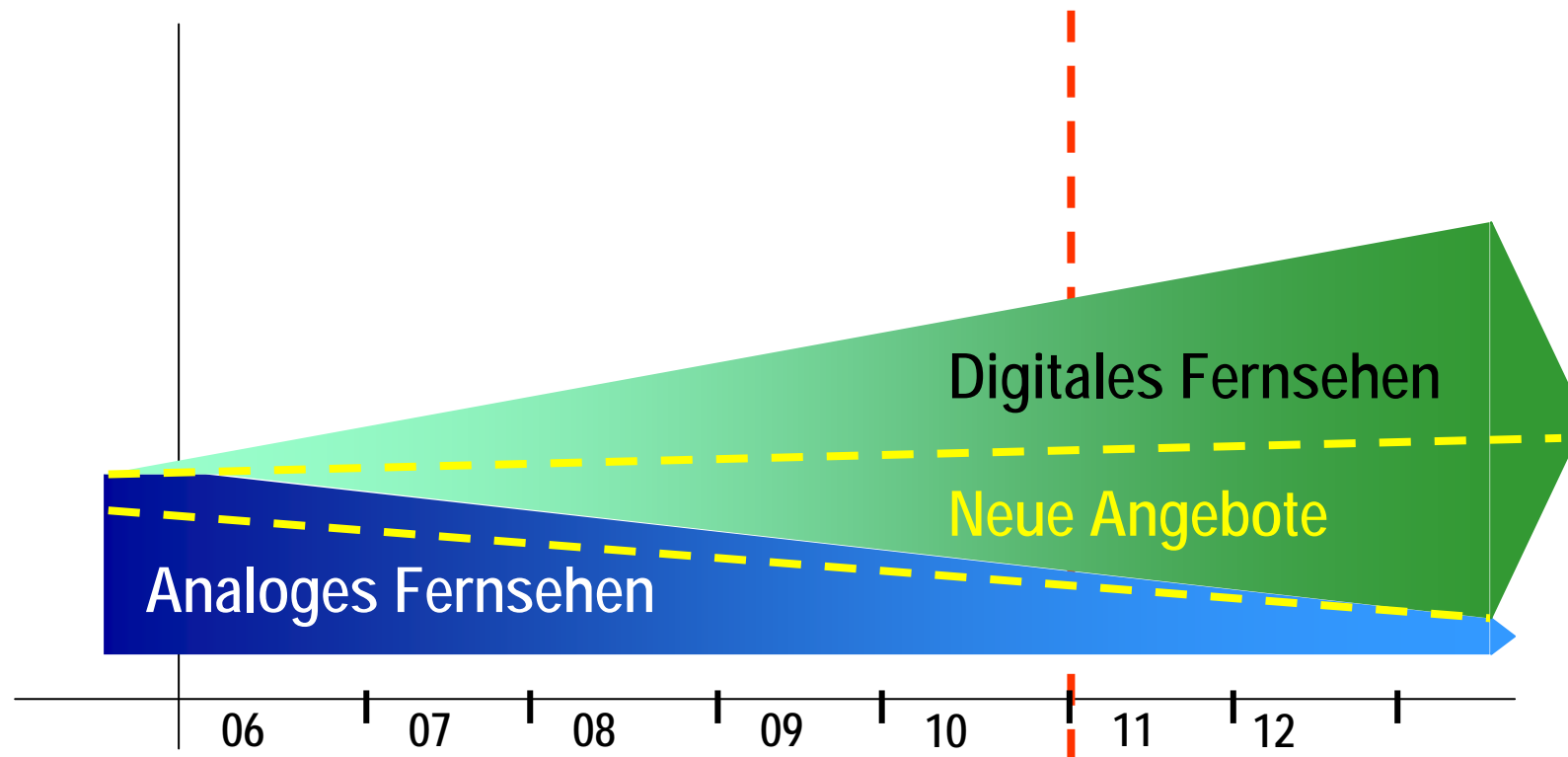
# Und wie soll der Übergang bewerkstelligt werden?







# Analogenes TV: Minimales Grundangebot ab 2010





## Und was bietet digitales Fernsehen im Kabel?

- **Breites und strukturiertes Angebot mit Wahlmöglichkeiten statt:**
  - einer unstrukturierter Menge an Programmen auf verschiedenen Satelliten (wie beim Satelliten-TV)
  - einem minimalen Angebot mit unsicherem Empfang (wie bei DVB-T)
- **Bewährte Qualität in Bild und Ton statt:**
  - Experimente (wie beim bevorstehenden Fernsehen über das Telefonkabel)

und zudem:

- Neue Angebote wie digitale Videorecorder (PVR), elektronische Programmführer (EPG) und Near Video on Demand (NVoD)
- Lokale Verankerung und schneller Kundenservice



## Agenda

### Teil I: Übergang zu digitalem Fernsehen

(Dr. Hajo Leutenegger)

- Sicht Swisscable: Strategie und Empfehlungen
- Sicht der Bevölkerung: Ergebnisse DemoSCOPE-Befragung

### Teil II: Branchenzahlen

(Dr. Claudia Bolla-Vincenz)

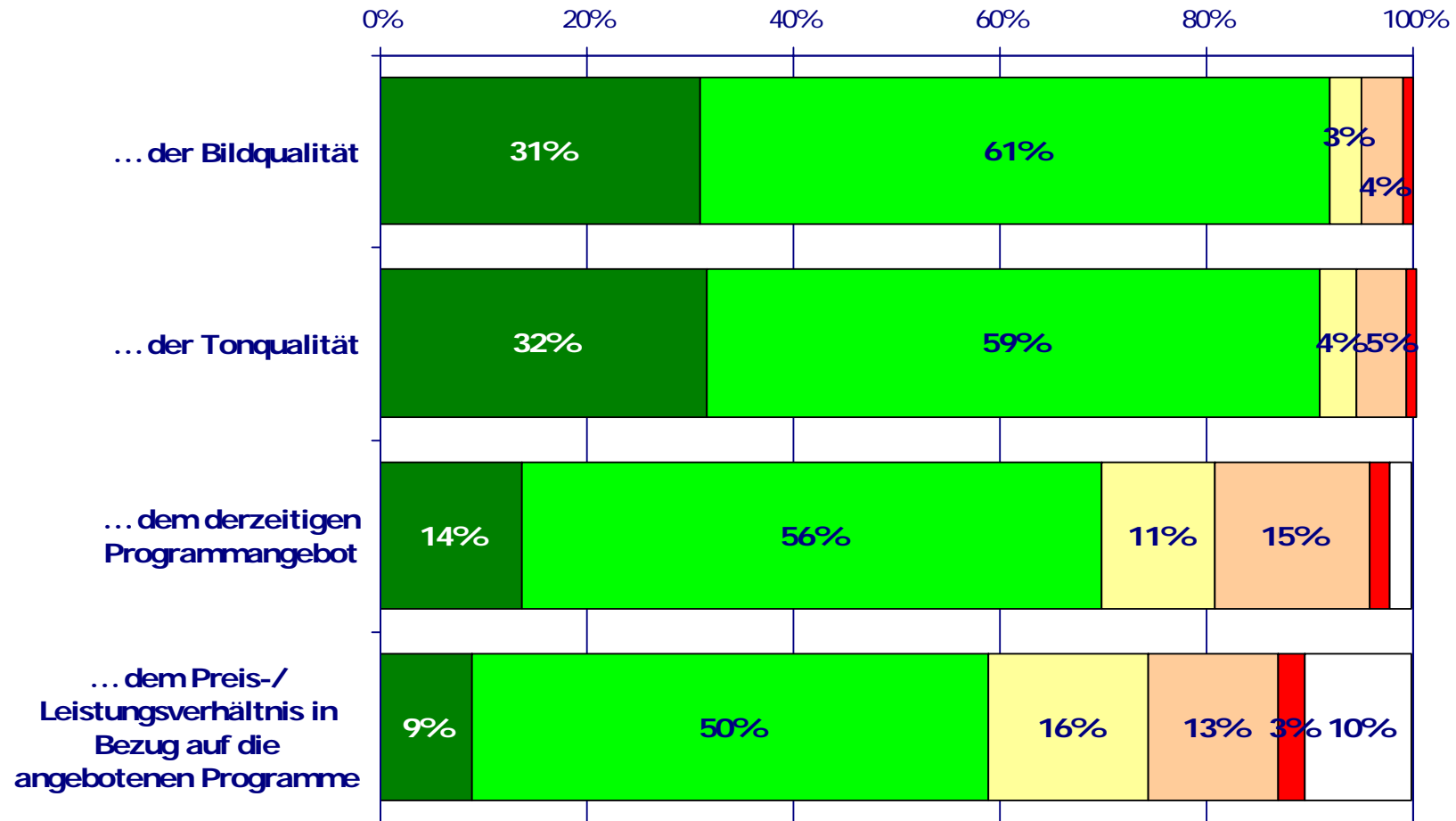
- Zahlen der DemoSCOPE-Befragung
- Zahlen Swisscable

# Steckbrief der Befragung

Titel	Digitales Fernsehen und die Zukunft - Bedürfnisstruktur und gesellschaftlicher Kontext
Zielgruppe/-personen	Die Zielgruppe bildet die sprachassimilierte Wohnbevölkerung in der Deutsch- und West-Schweiz im Alter zwischen 15 und 74 Jahren.
Befragungszeit	8. bis 20. Mai 2006
Erhebungsmethode	CATI, telefonische Interviews
Stichprobengrösse	Insgesamt 796 Interviews (401 D-CH / 395 W-CH)
Projektleitung	DemoSCOPE, 6043 Adligenswil • Hubert Mathis, Senior Research Consultant • Carmen Marfurt, Research Consultant

# Zufriedenheit mit analogen Fernsehen

F04: Wenn Sie zu Hause fernsehen, wie zufrieden sind Sie mit ...?

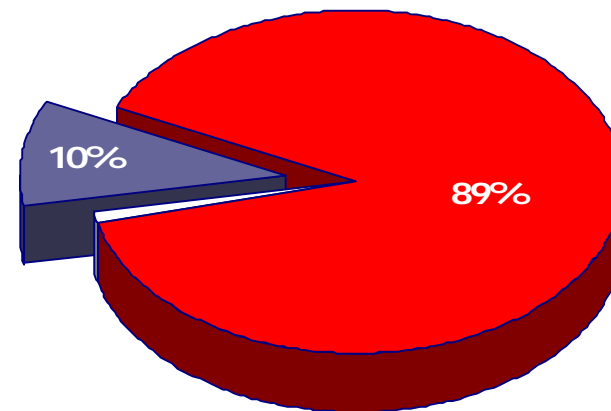


■ sehr zufrieden (5) ■ zufrieden (4) ■ weder noch (3) ■ nicht zufrieden (2) ■ gar nicht zufrieden (1) □ weiss nicht



# Nutzung digitales Fernsehen

SC07: In letzter Zeit hört und liest man viel zum Thema „digitales Fernsehen“.  
Immer mehr Fernseh-Kabelnetze bieten ihren Kunden auf Wunsch digitales Fernsehen an.  
Mit digitalem Fernsehen haben Sie die Möglichkeit, das Programmangebot ihren persönlichen Bedürfnissen anzupassen.  
Nutzen Sie digitales Fernsehen bereits?

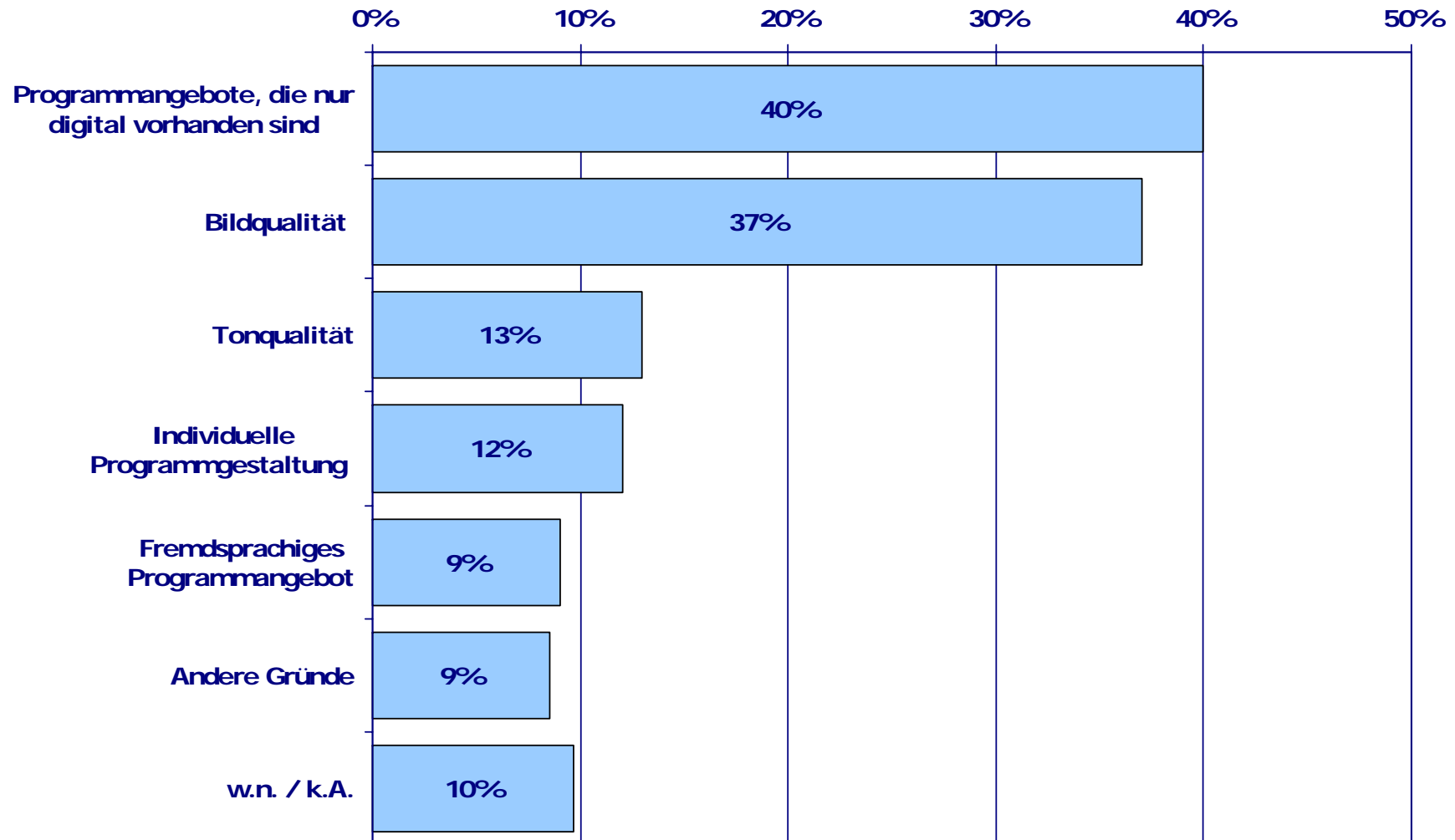


■ Ja  
■ Nein  
□ weiss nicht

Basis: 796  
Einfachnennung

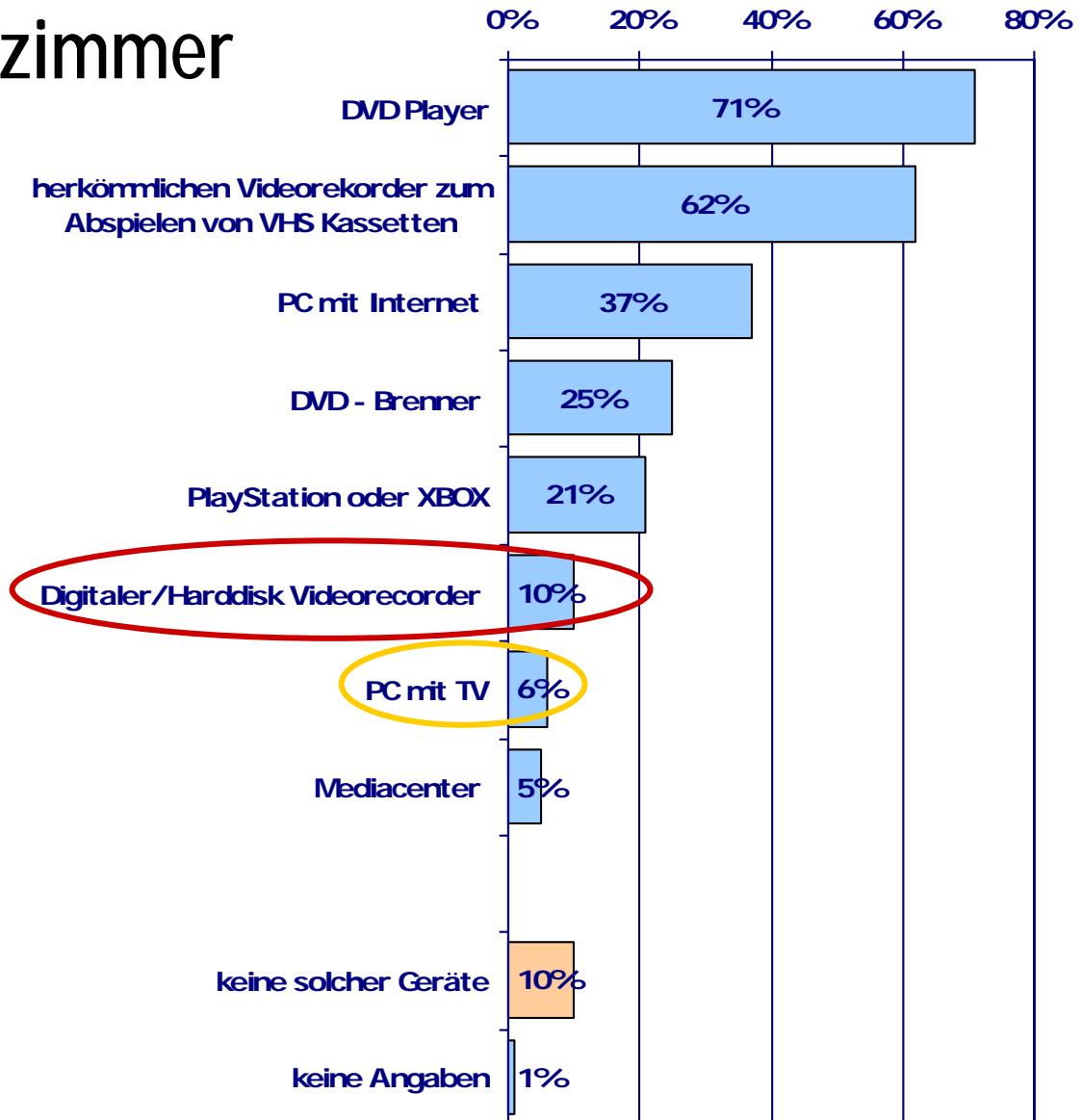
# Gründe für die Nutzung von digitalem Fernsehen

F20: Was sind Ihre Gründe dafür, dass digitales Fernsehen in Ihrem Haushalt genutzt wird?



# Ausstattung Wohnzimmer

SC11: Gibt es in Ihrem Wohnzimmer einen...

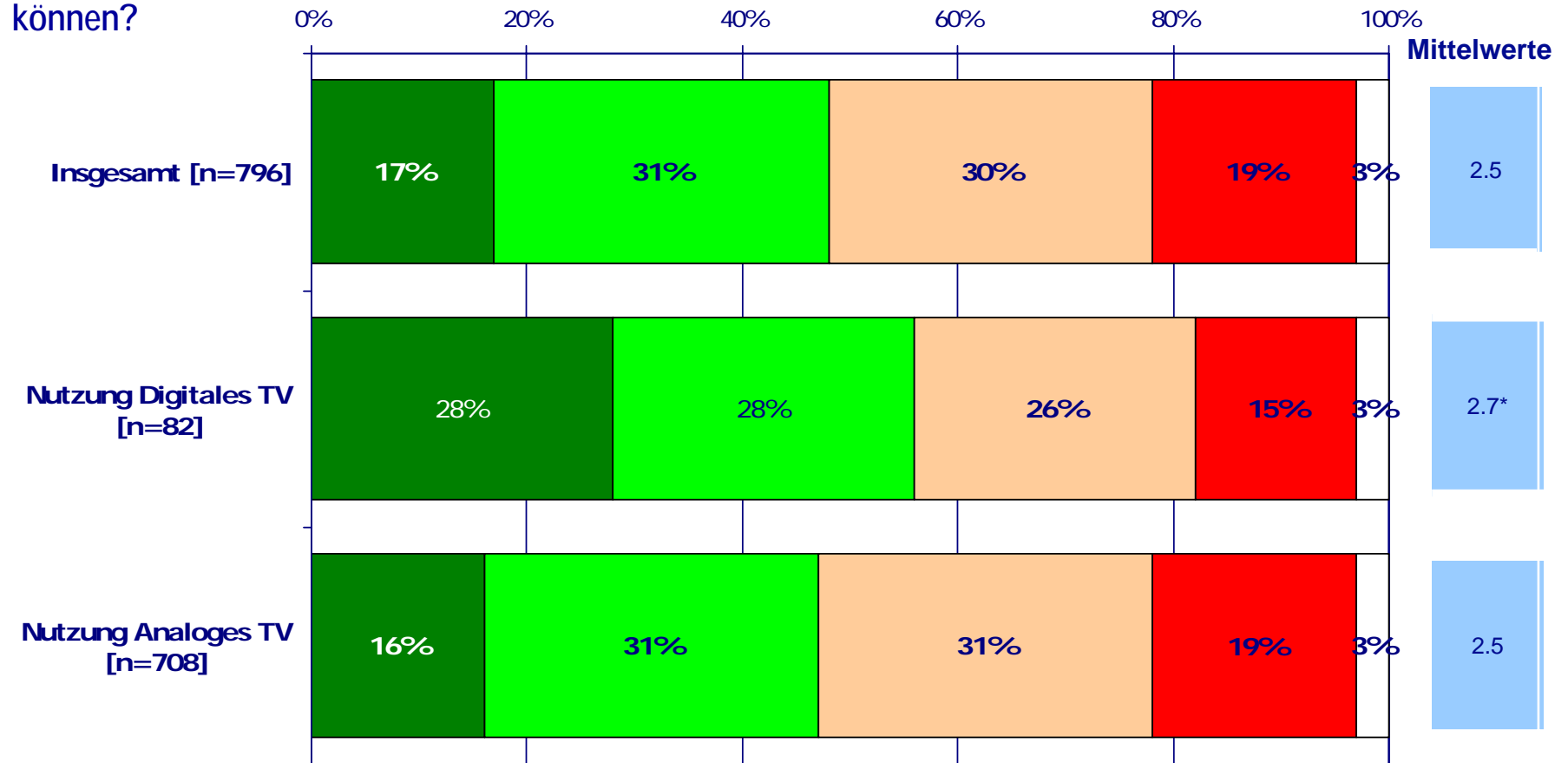


Basis: 796  
Mehrfachantworten



# Triple Play: Wichtig für Nutzer von DTV

Die Kabelnetzunternehmen bieten analoges und digitales Fernsehen, Internet und Telefonie über das Kabelnetz. Wie wichtig ist es für Sie, alle diese Dienstleistungen von einem Anbieter beziehen zu können?



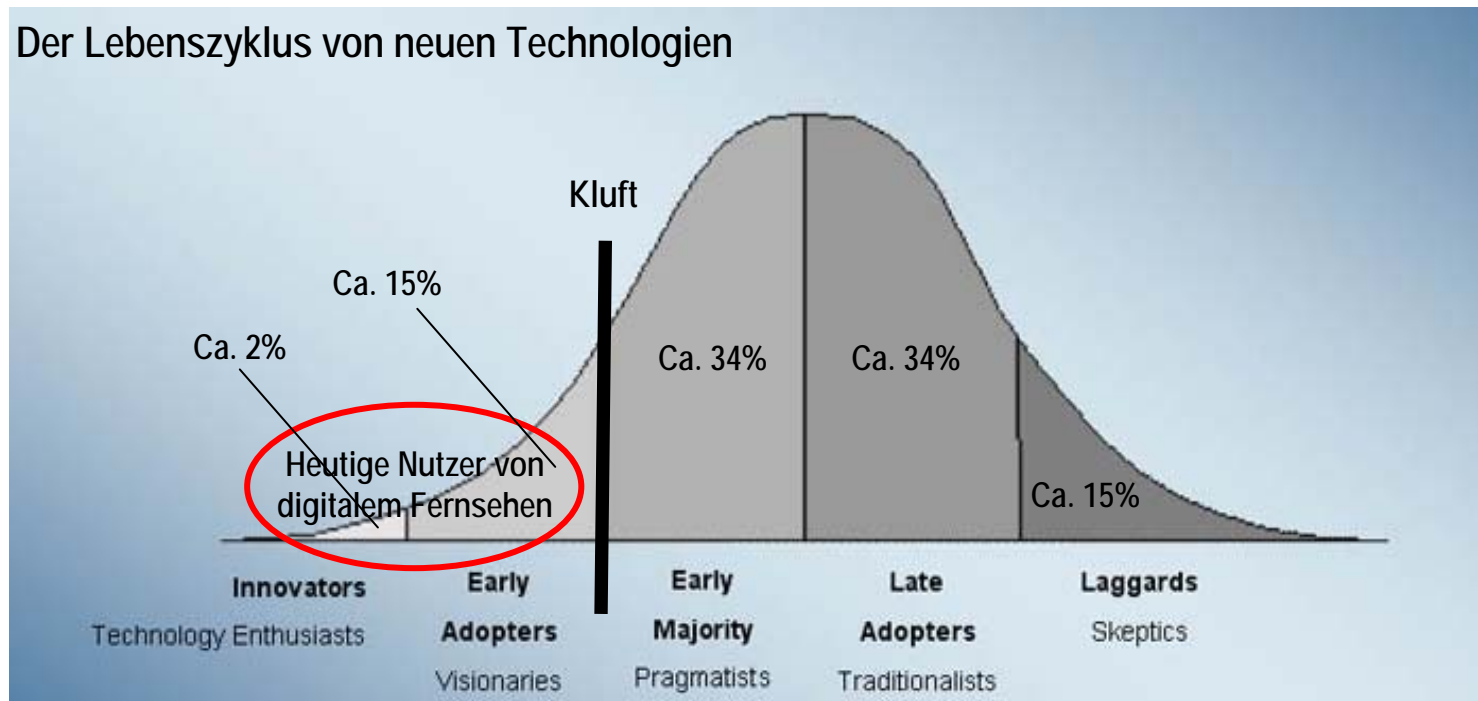
Basis: siehe Klammer

■ sehr wichtig (4) ■ eher wichtig (3) ■ eher unwichtig (2) ■ gar nicht wichtig (1) □ w.n. / k.An.

\* signifikanter Wert

# Wer nutzt heute digitales Fernsehen? (I)

Die heutigen Nutzer/innen von digitalem Fernsehen gehören tendenziell zu den Technikfreaks (Innovatoren) und den Visionären (Early Adopters).



(Modell gemäss Geoffrey A. Moore)

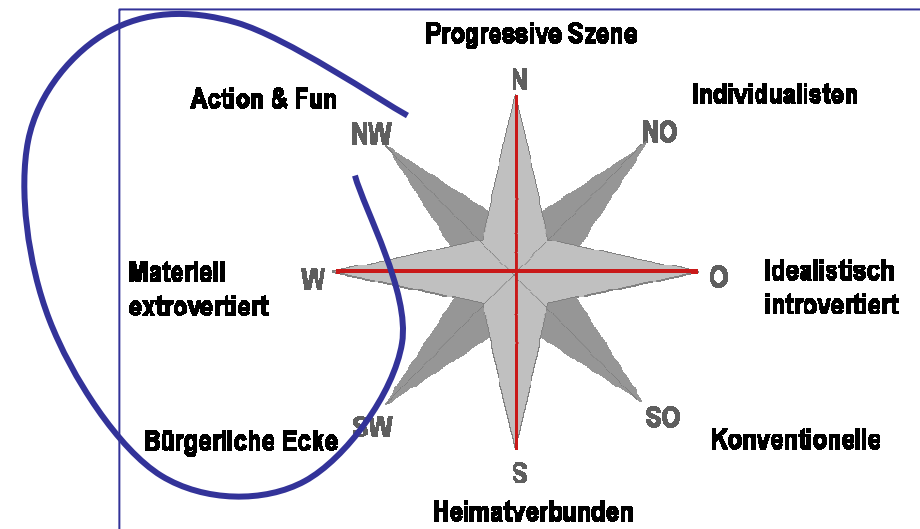


# Wer nutzt heute digitales Fernsehen?

## (II)

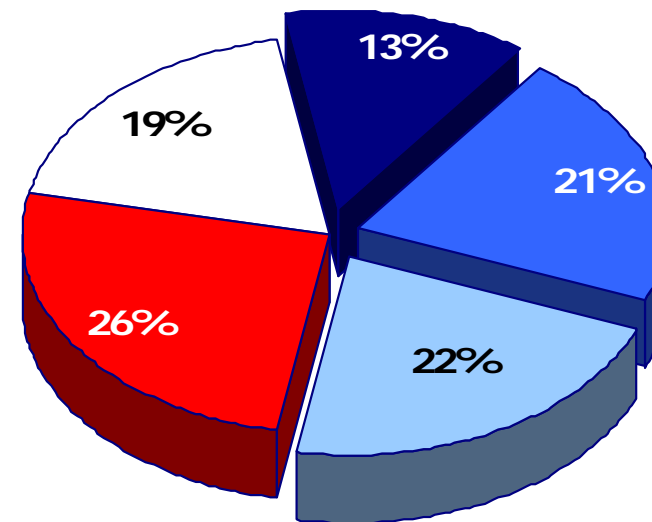
*Soziodemografisch:* Der/die typische **heutige Nutzer/in** von digitalem Fernsehen ist eher jung und berufstätig. Er/sie ist entweder Single oder lebt mit einer Partnerin/einem Partner zusammen.

*Psychologische Positionierung:*  
Er/sie ist eher nach aussen gerichtet (extrovertiert), hat eine überdurchschnittliche technische Affinität und ist auf Erfolg, Prestige und Sicherheit bedacht.



# Wechselabsicht zu digitalem Fernsehen

SC09: Angenommen, es stünde Ihnen für digitales Fernsehen auf Ihrem Kabelanschluss ein entsprechendes Angebot zur Verfügung. Würden Sie das digitale Angebot ... beziehen?

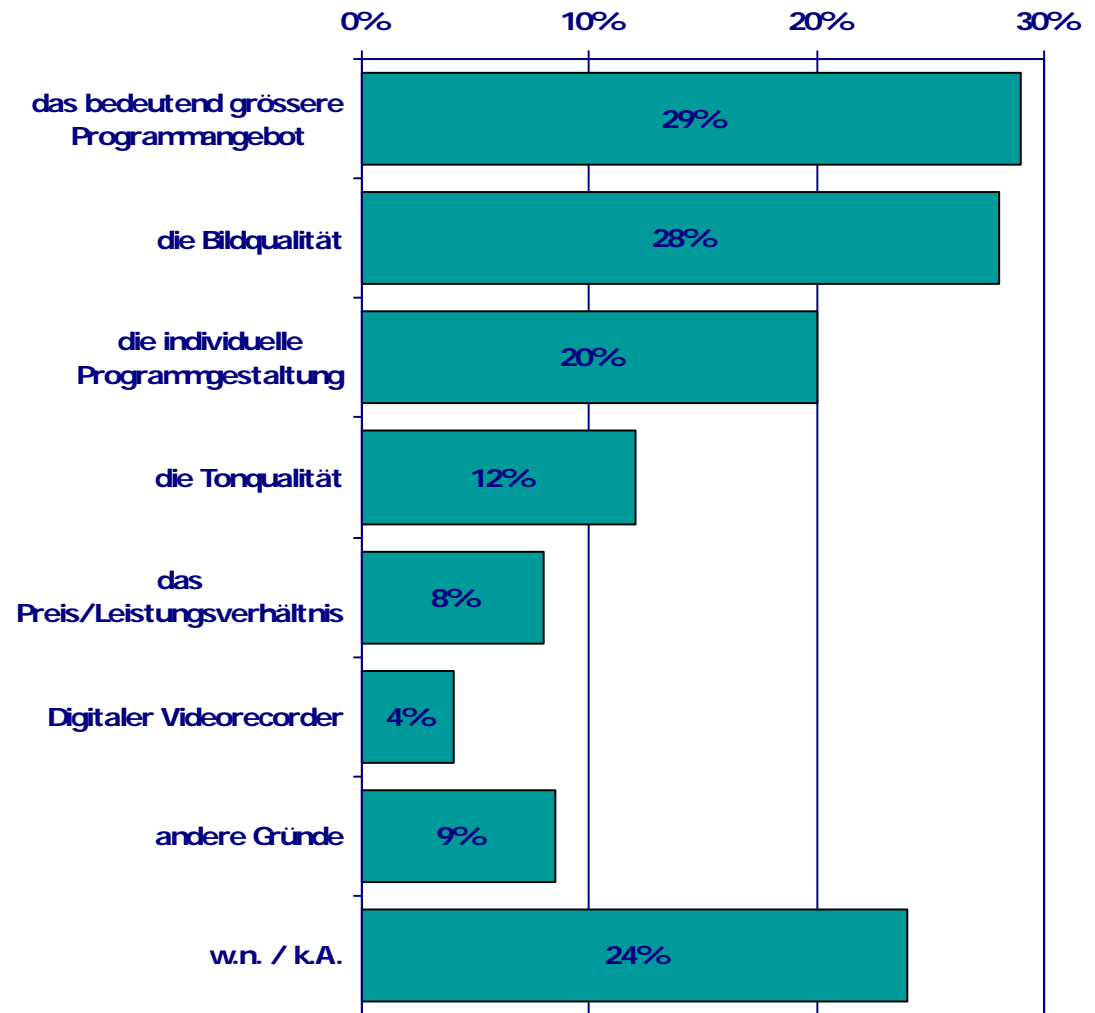


- in den nächsten 12 Monaten
- in den nächsten 2 – 3 Jahren
- später
- nie
- w.n./k.A.

**Basis: 708**  
**Filter: Nicht Nutzer von digitalem Fernsehen**  
**Einfachnennung**

# Gründe für einen Wechsel zu DTV

SC10: Was wären Ihre Gründe, dass Sie digitales Fernsehen beziehen würden?  
 Filter: hat Wechselabsichten

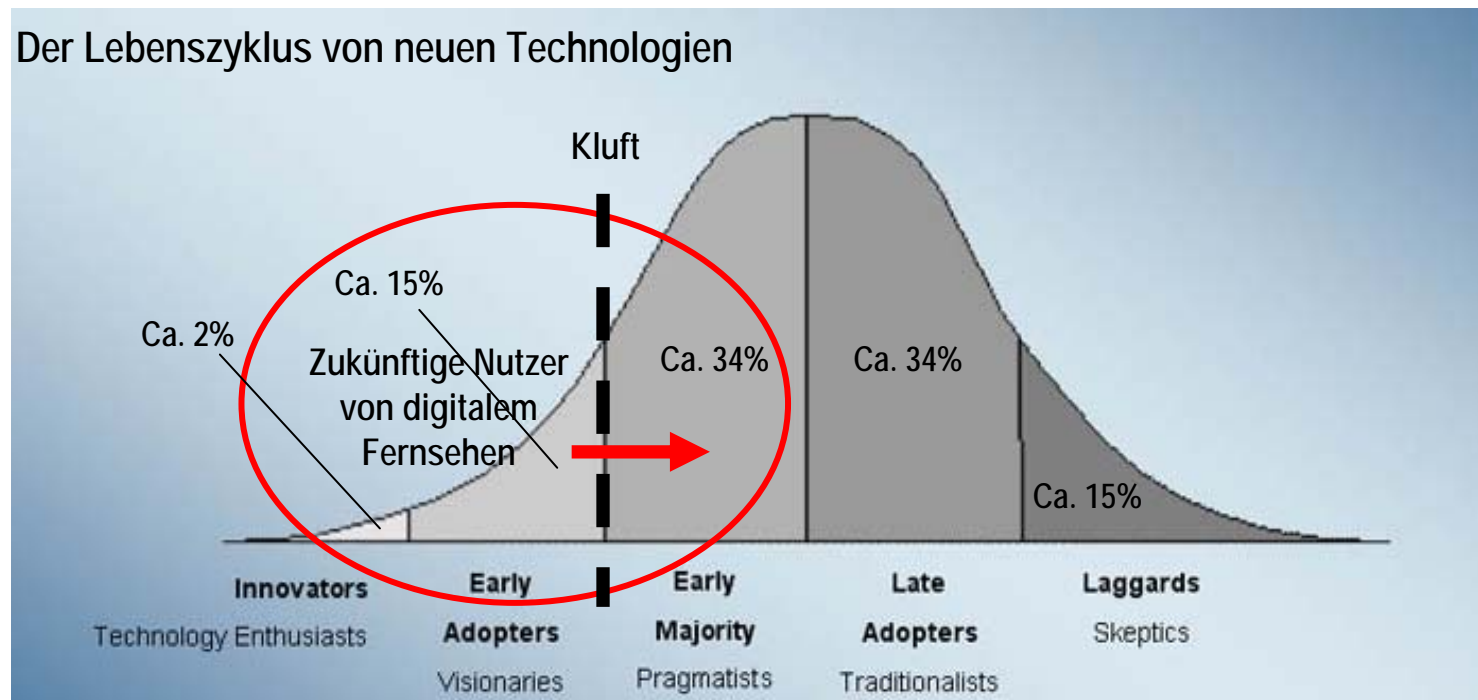


Basis: 396  
 Mehrfachantworten



# Digital TV wird 2006/07 die Kluft überwinden

Die TV-Zuschauer mit Wechselabsichten gehören mehrheitlich zu den Pragmatikern. In dieser Gruppe finden sich Menschen in den verschiedensten Lebenssituationen und Altersgruppen: Junge ebenso wie Ältere, Single und „Dinks“ ebenso wie traditionelle und Patchwork-Familien.



(Modell gemäss Geoffrey A. Moore)

# Der TV-Röstigraben (I): Wechselabsicht zu DTV

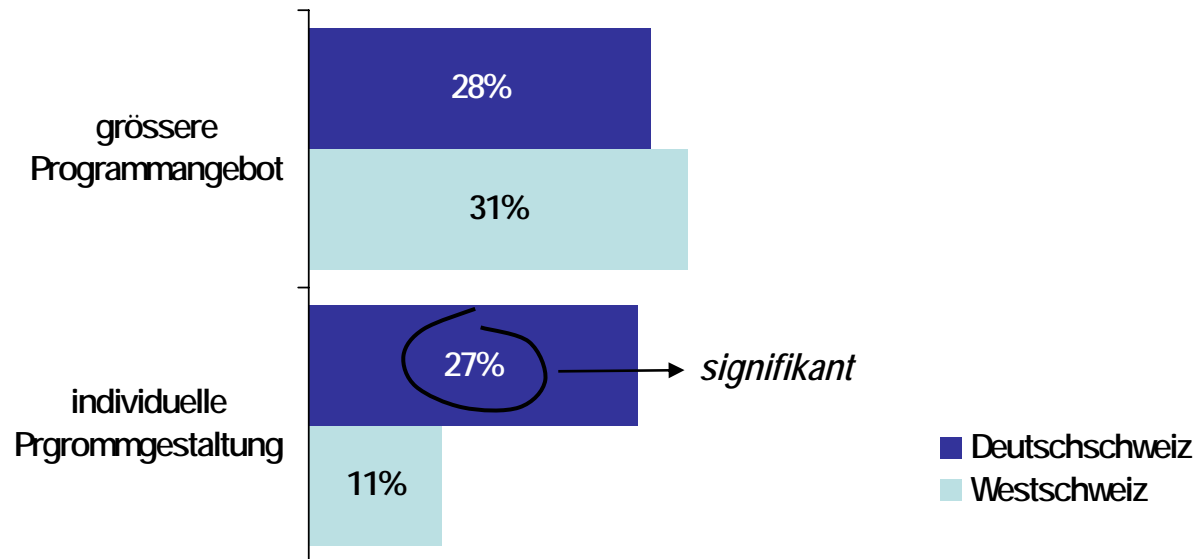


Frage: Würden Sie das digitale Angebot in nächster Zeit beziehen?  
 Filter: Nicht-Nutzer von digitalem Fernsehen  
 Basis: 708 Personen

■ Ja ■ Nein ■ weiss nicht

Währenddem die Nutzung von digitalem Fernsehen in der Deutsch- und der Westschweiz zurzeit gleich gross ist, geben signifikant mehr Deutschschweizer an, in den nächsten zwei Jahren zu digitalem Fernsehen wechseln zu wollen.

## Der TV-Röstigraben (II): Gründe für Wechsel zu DTV



Frage: Was wären Ihre Gründe, dass Sie digitales Fernsehen beziehen würden?

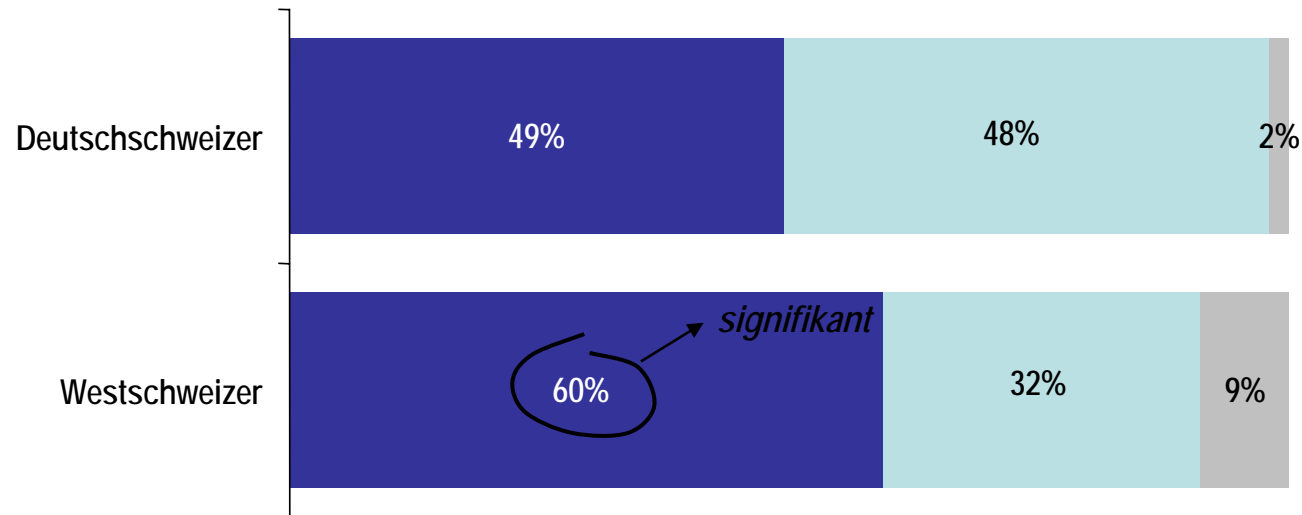
Filter: Nicht-Nutzer digitales Fernsehen und hat Wechselabsichten

Basis: 396 Personen

Deutschschweizer mit Wechselabsichten gewichten die individuelle Programmgestaltung signifikant höher als Westschweizer. Bei Westschweizern mit Wechselabsichten scheint vor allem das grössere Programmangebot eine Rolle zu spielen.



## Der TV-Röstigraben (III): Triple Play - Wechselabsicht



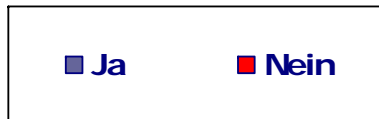
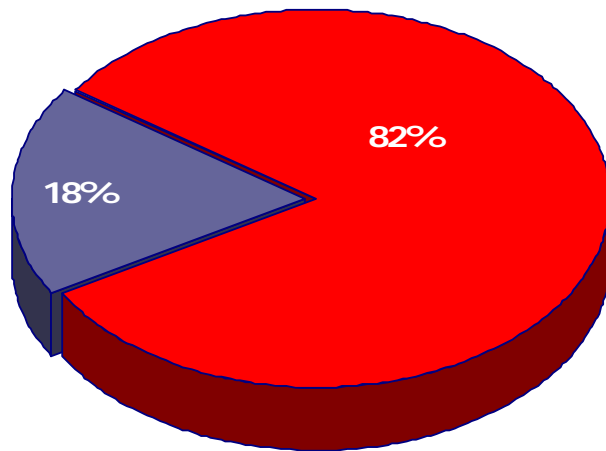
Frage: Würden Sie wechseln, wenn nicht alles aus einer Hand angeboten würde? ■ Ja ■ Nein ■ weiss nicht  
 Filter: Tripel Play ist eher bis sehr wichtig  
 Basis: 384 Personen

Würde der jetzige Anbieter nicht alle Dienstleistungen anbieten, würden signifikant mehr Westschweizer als Deutschschweizer zu einem Anbieter wechseln, der Triple-Play anbietet.

# Zukunftsangebote (I)

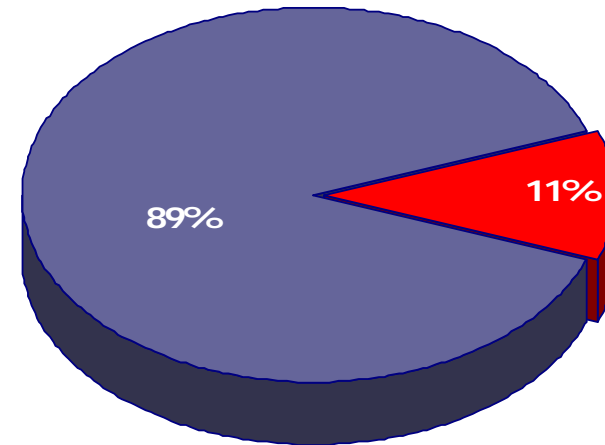
## Bekanntheit von Video on Demand

F36: Haben Sie den Begriff Video on Demand schon einmal gehört?

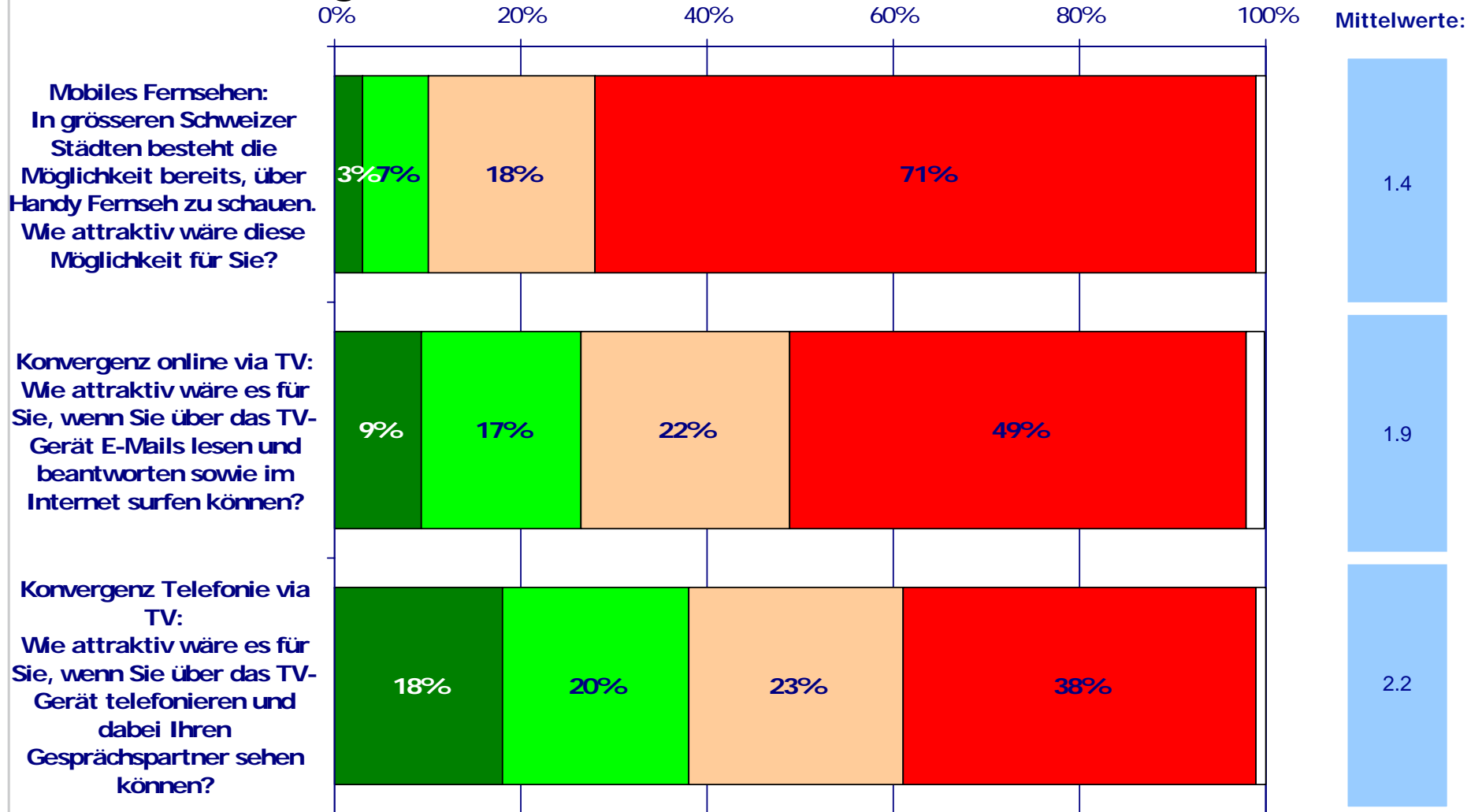


## Bekanntheit von TV auf dem Handy

F43: Haben Sie schon gehört, dass man auch über das Handy fernsehen kann?



# Zukunftsangebote (II)



Basis: 796  
Skalafrage

■ sehr attraktiv (4) ■ eher attraktiv (3) ■ wenig attraktiv (2) ■ überhaupt nicht attraktiv (1) □ weiss nicht



## Agenda

### Teil I: Übergang zu digitalem Fernsehen

(Dr. Hajo Leutenegger)

- Sicht Swisscable: Strategie und Empfehlungen
- Sicht der Bevölkerung: Ergebnisse DemoSCOPE-Befragung

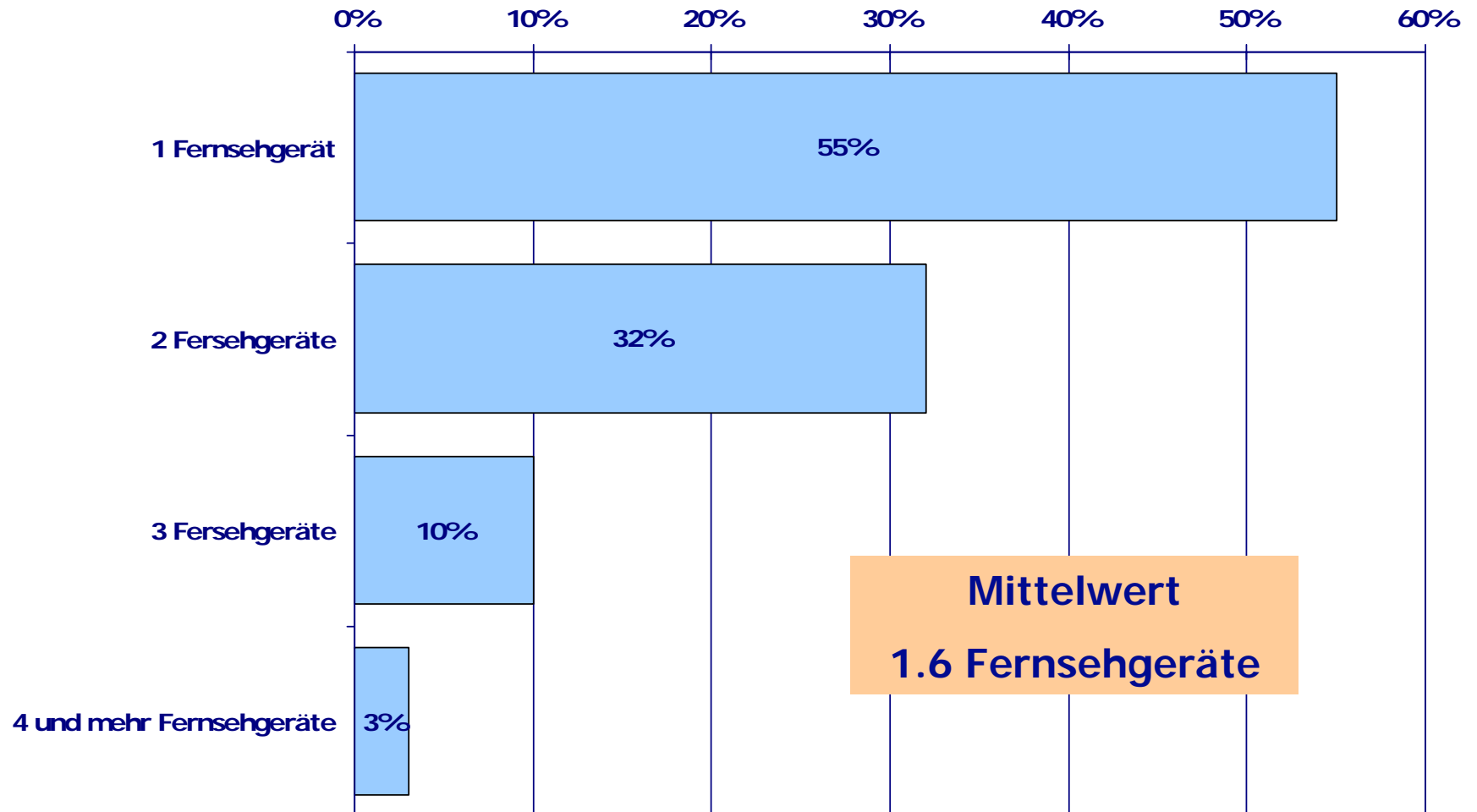
### Teil II: Branchenzahlen

(Dr. Claudia Bolla-Vincenz)

- Zahlen der DemoSCOPE-Befragung
- Zahlen Swisscable

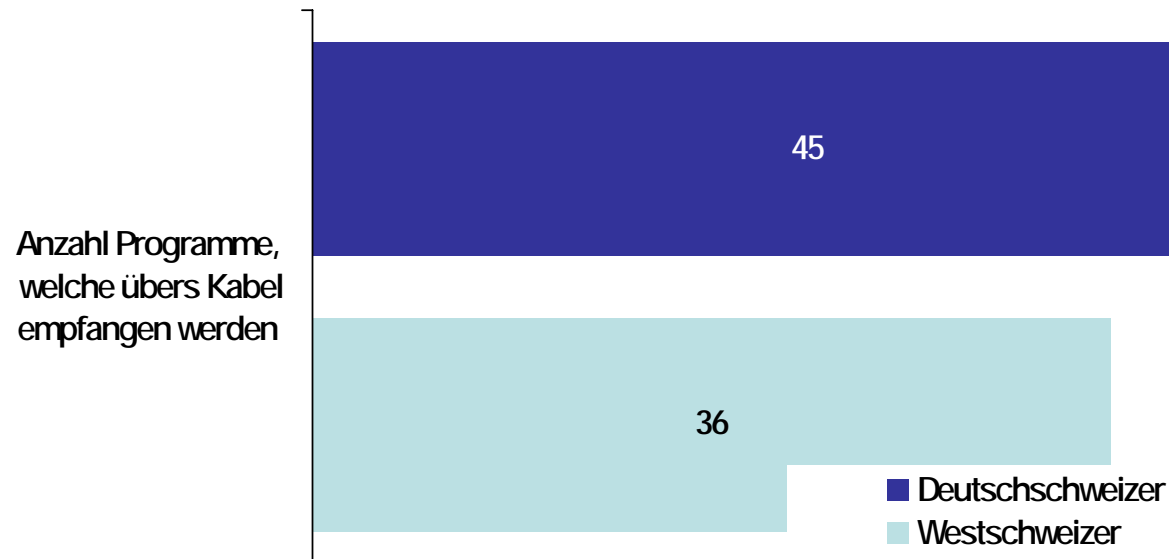
# Fernsehgeräte pro Haushalt

SC03: Wie viele Fernsehgeräte gibt es in Ihrem privaten Haushalt?





## Anzahl Programme im Kabel



Frage: Wie viele Programme können Sie empfangen? / Wie viele Programme konsumieren Sie?

Filter: hat Kabelfernsehen

Basis: 623 Personen / Mittelwerte

Gemäss der Befragung empfangen Deutschschweizer im Schnitt 45 und Westschweizer 36 Programme im Kabel. Der Durchschnitt Schweiz liegt bei 41 Programmen.

# Verfügbare Programme im Kabel: digitales im Vergleich zu analogem Fernsehen

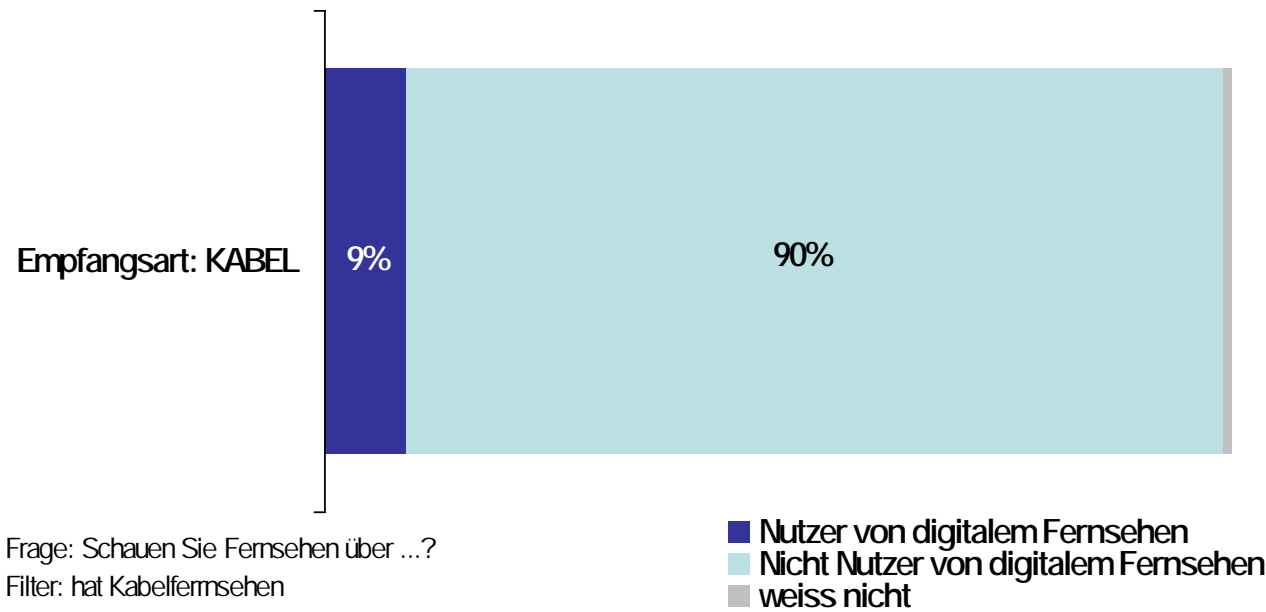


\* signifikanter Wert

Basis: 623  
Filter: hat Kabelfernsehen



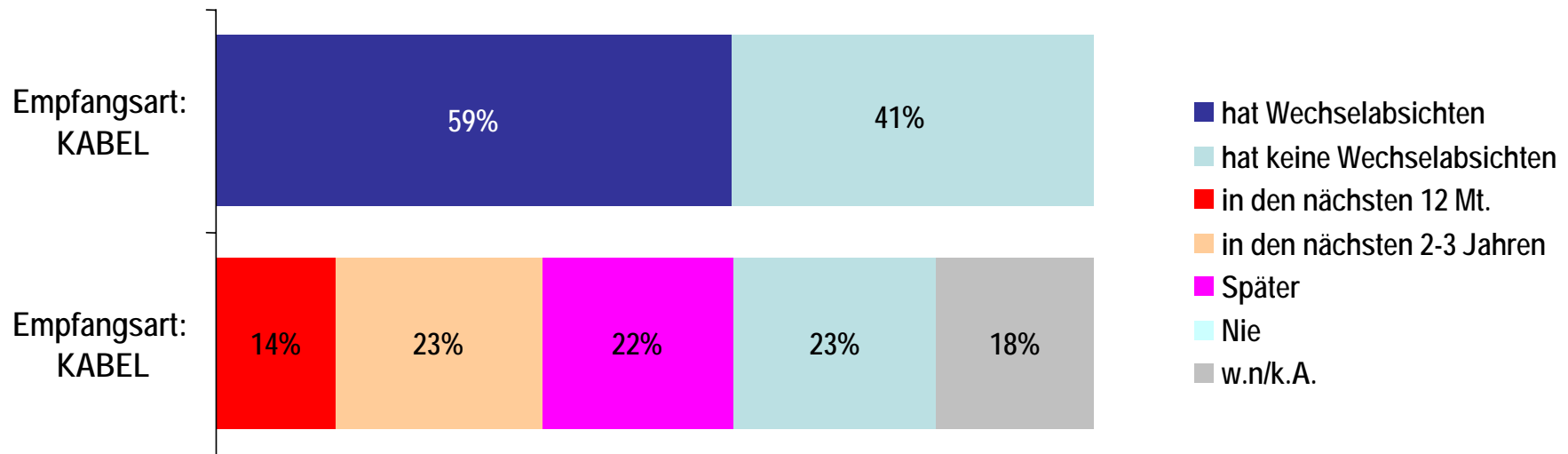
# Nutzung von digitalem Fernsehen: Anteil Kabel



Frage: Schauen Sie Fernsehen über ...?  
Filter: hat Kabelfernsehen  
Basis: 623 Personen



# Wechselabsicht zu digitalem Fernsehen: Anteil Kabel



Frage: Schauen Sie Fernsehen über ...? / Würden Sie das digitale Angebot beziehen?  
 Filter: Hat Kabelfernsehen / Nicht Nutzer von digitalem Fernsehen  
 Basis: 561 Personen



## Agenda

### Teil I: Übergang zu digitalem Fernsehen

(Dr. Hajo Leutenegger)

- Sicht Swisscable: Strategie und Empfehlungen
- Sicht der Bevölkerung: Ergebnisse DemoSCOPE-Befragung

### Teil II: Branchenzahlen

(Dr. Claudia Bolla-Vincenz)

- Zahlen der DemoSCOPE-Befragung
- Zahlen Swisscable

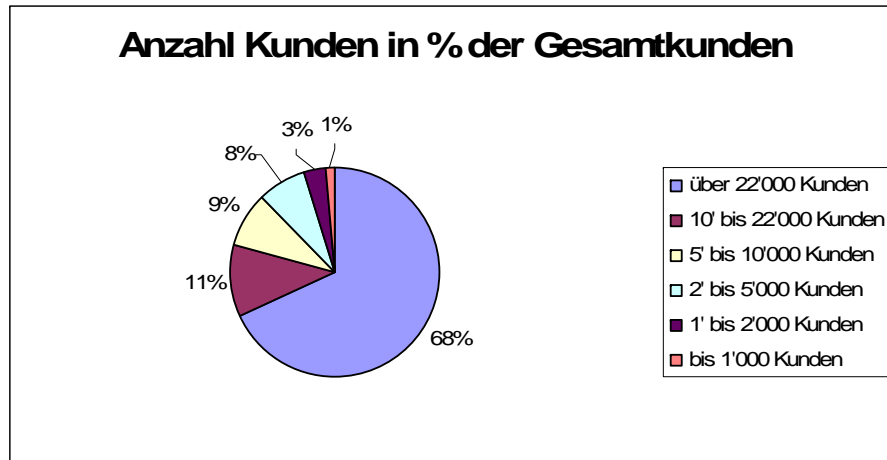
# Mitgliederzahlen Swisscable 2005

Anschlüsse 01.01.06	Anzahl Kunden	Marktanteil in %	Ver. zum VJ (%)	Anzahl KNU
<b>Total Swisscable</b>	<b>2'753'309</b>	<b>95.82</b>	<b>3.65</b>	<b>252</b>
<b>Nichtmitglieder Swisscable</b>	<b>120'004</b>	<b>4.18</b>	<b>-11.67</b>	<b>*</b>
<b>Total Anschlüsse / KNU</b>	<b>2'873'313</b>	<b>100.00</b>	<b>2.90</b>	<b>252</b>

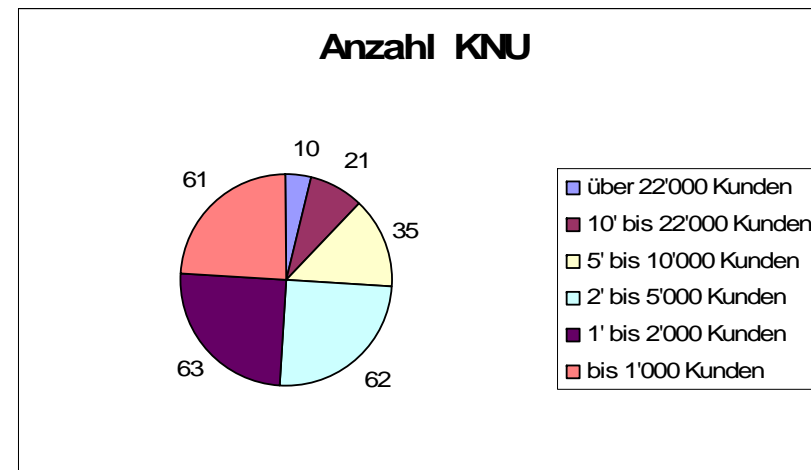
KNU = Kabelnetzunternehmen

\* ca. 2 echte KNU; Rest  
Gemeinschaftsanlagen  
von Überbauungen

# Grössenstruktur der KNU Swisscable

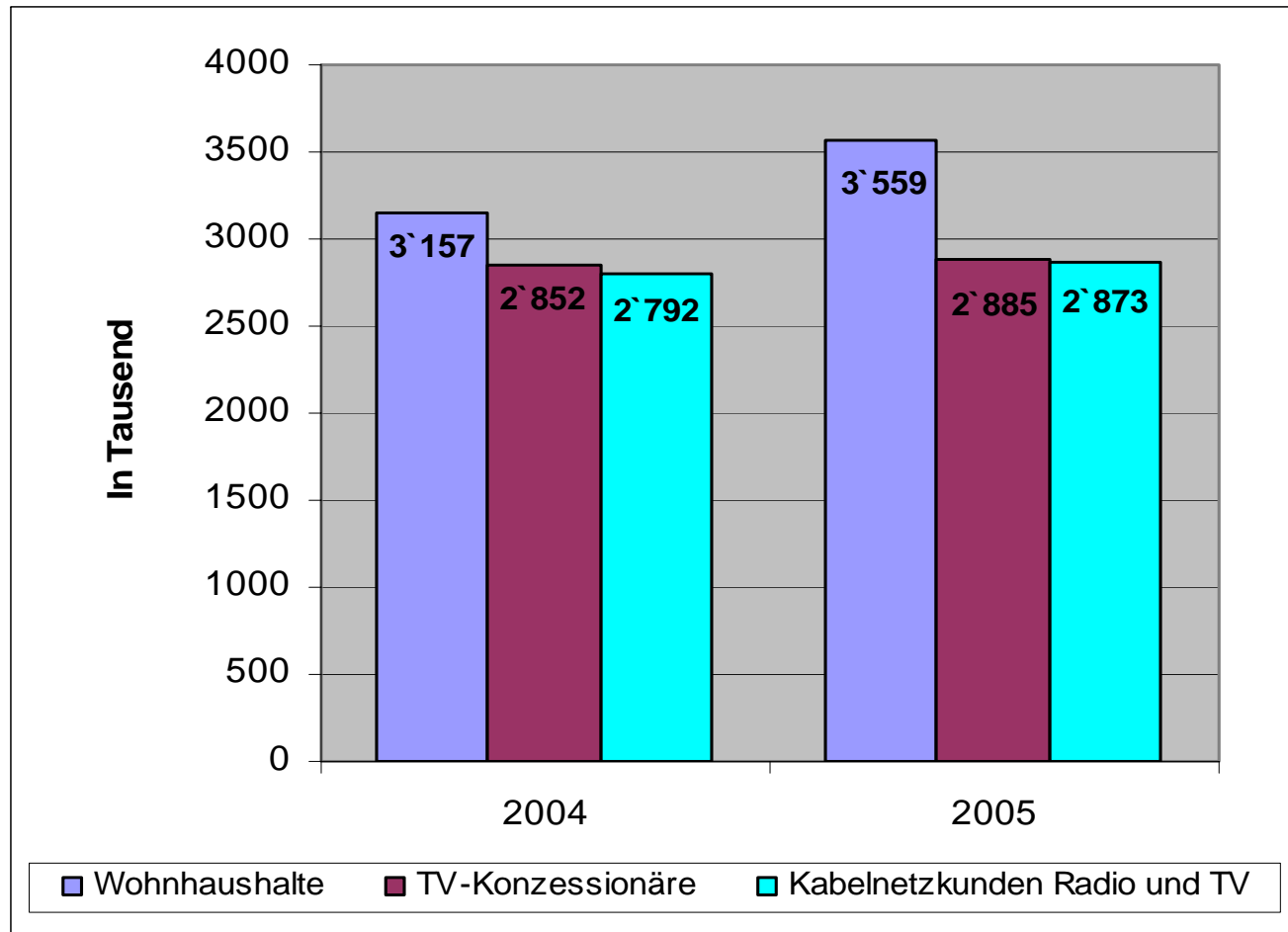


Grössenstruktur	Anzahl Kunden	Anzahl KNU
01.01.06		
über 22'000 Kunden	1'875'740	10
10' bis 22'000 Kunden	306'587	21
5' bis 10'000 Kunden	237'027	35
2' bis 5'000 Kunden	206'633	62
1' bis 2'000 Kunden	91'577	63
bis 1'000 Kunden	35'745	61
<b>Total Anschlüsse</b>	<b>2'753'309</b>	<b>252</b>

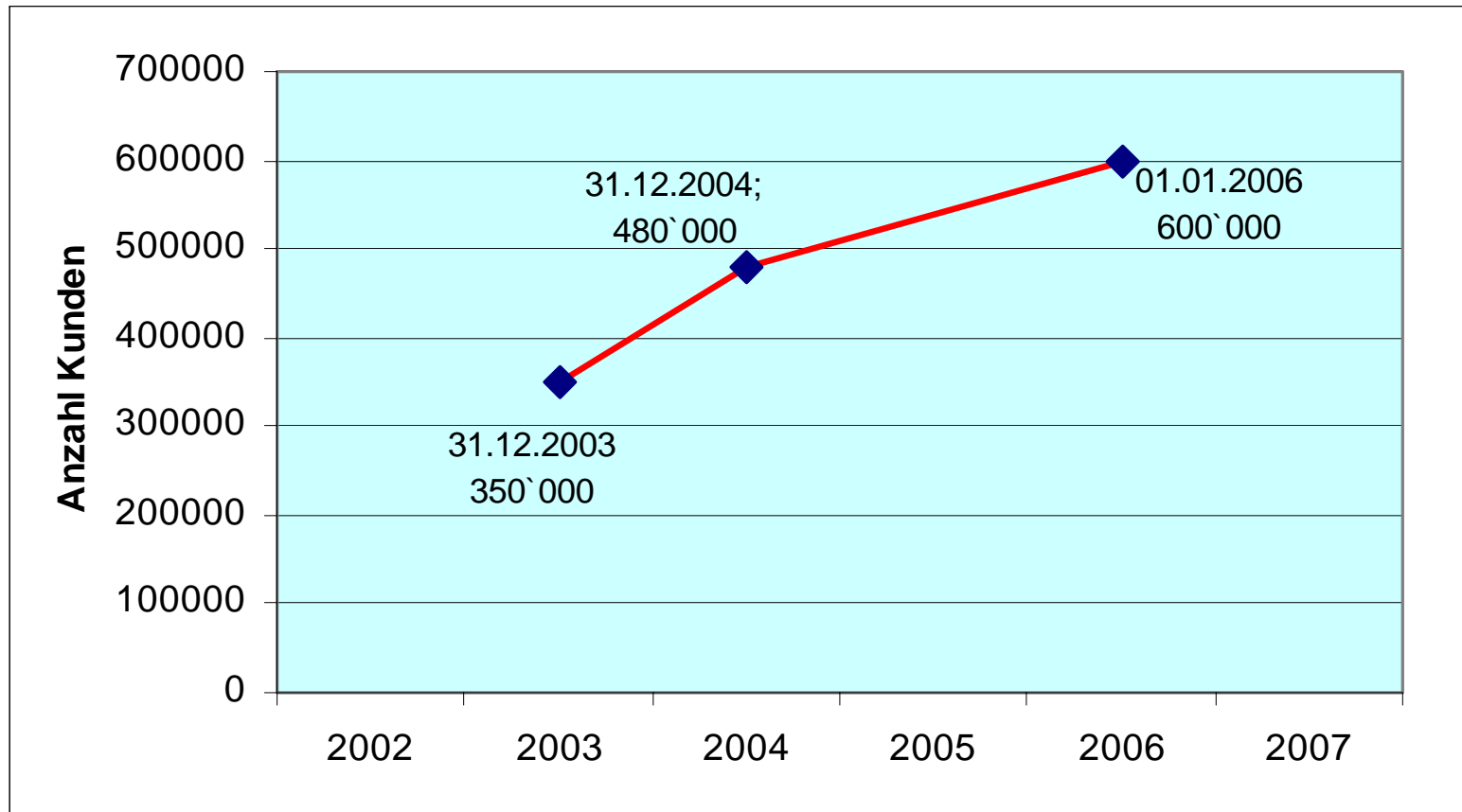


# Kabelfernsehmarkt Schweiz 2005

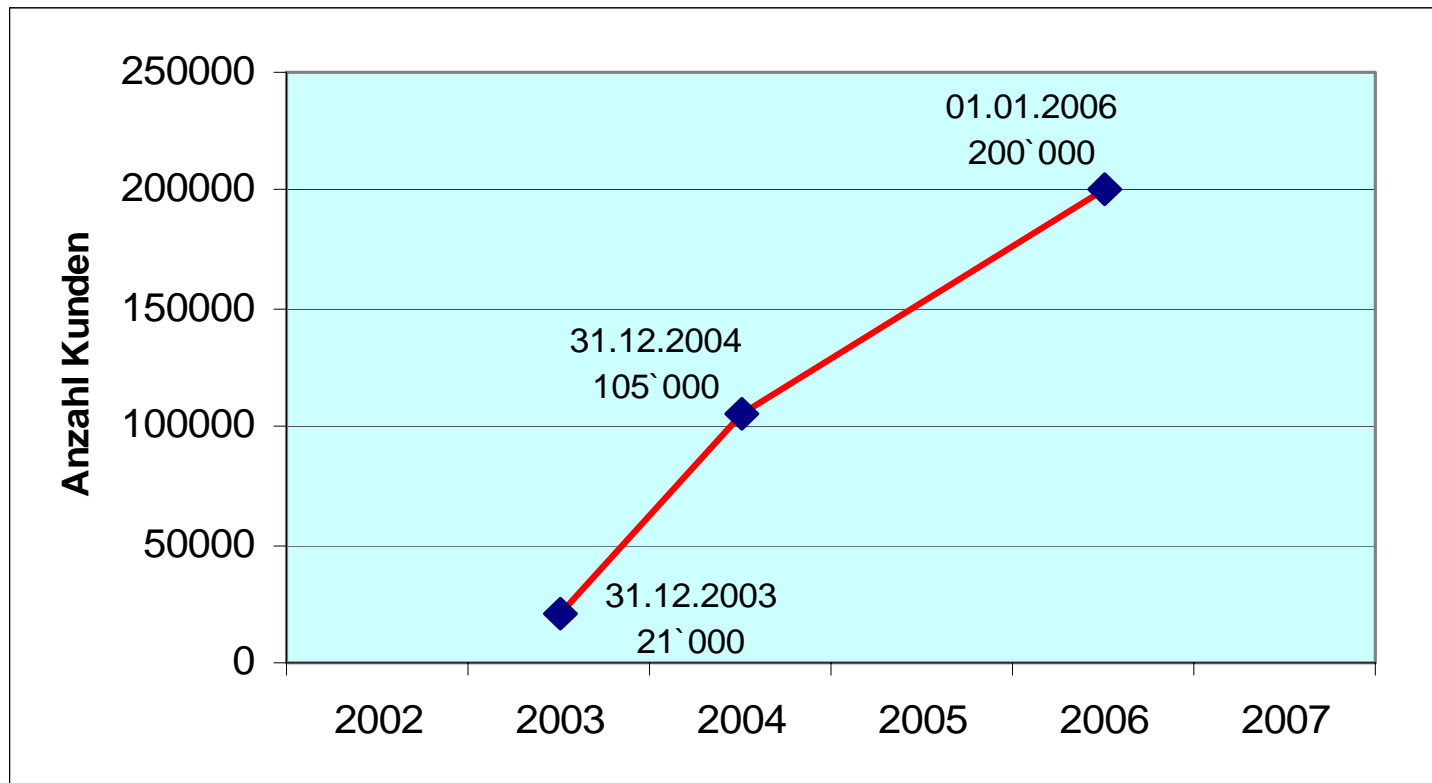
(Zahlen per 31.12.2005)



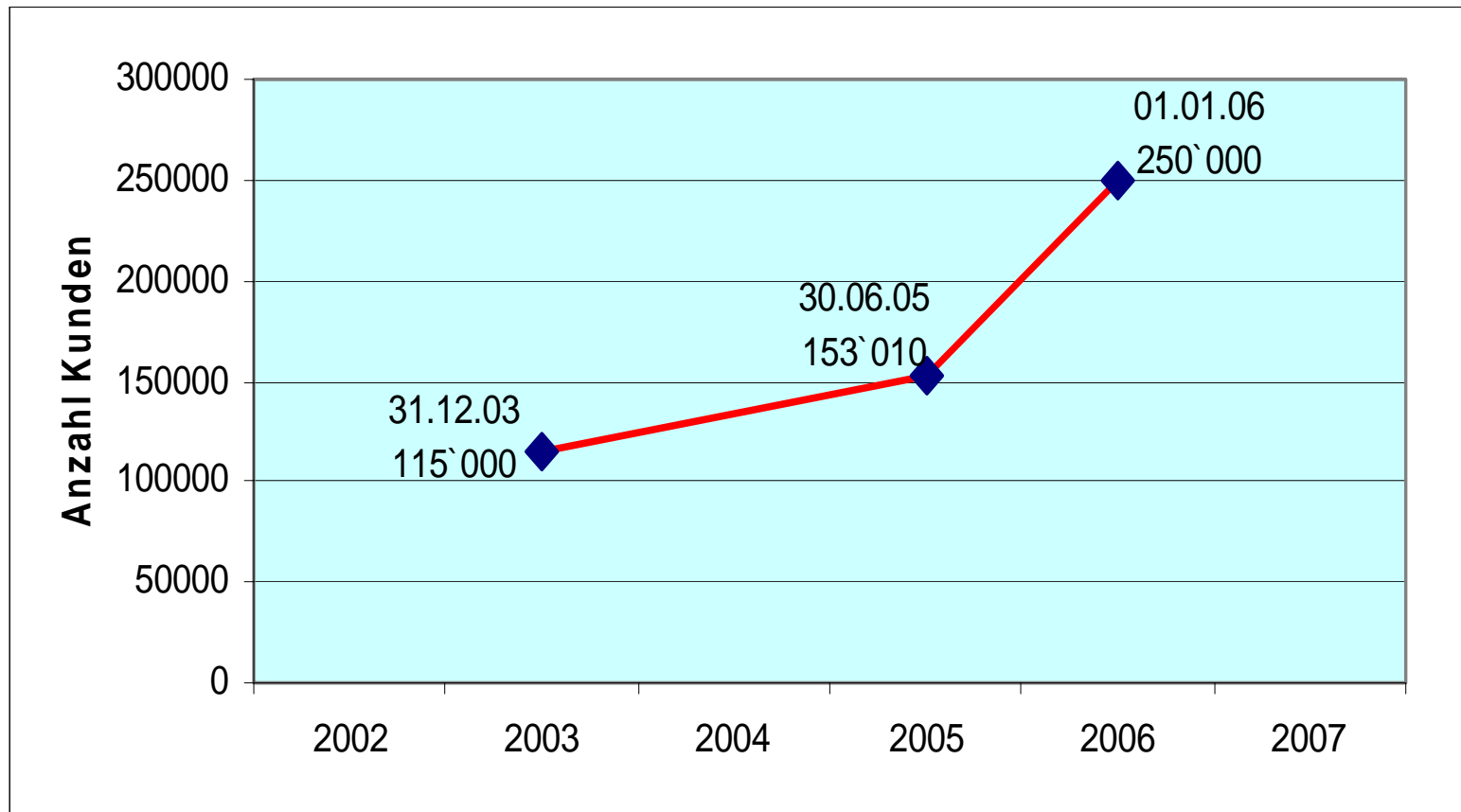
## Entwicklung Kabelinternet



## Entwicklung Telefonie



## Entwicklung Digital TV







Besten Dank für Ihre  
Aufmerksamkeit!