

Pressemeldung

Hybrid TV: Internetfähige TV-Geräte erobern die Wohnzimmer

- *23 Millionen Hybrid-TV-Geräte stehen 2015 in deutschen Haushalten*
- *Jeder dritte TV-Haushalt wird 2015 Internet über den Fernseher nutzen*
- *Neue Anbieter konkurrieren mit etablierten Playern um die zentrale Position im Wohnzimmer*

Berlin, 30. Juni 2010. Der Internetzugang wird zum selbstverständlichen Feature moderner TV-Geräte. Rund ein Fünftel aller in Deutschland verkauften TV-Apparate werden Ende 2010 mit dem World Wide Web vernetzbar sein. Laut einer Prognose der Berliner Strategieberatung Goldmedia (www.Goldmedia.com) stehen 2015 rund 23 Mio. internetfähige TV-Geräte in deutschen Wohnzimmern – dies entspricht 61 Prozent aller TV-Haushalte.

Der Einzug des Internets auf dem TV-Bildschirm verändert nicht nur die Möglichkeiten auf Nutzerseite. Im Zuge verschiedener Hybrid-TV-Konzepte und konvergenter Endgeräte drängen zugleich viele neue und mächtige Anbieter in die Wohnzimmer: Hersteller von TV-Geräten und Consumer Electronics stehen plötzlich in einem spannenden Wettbewerb mit den Global Playern aus der Online- und Computer-Welt. Nicht nur Microsoft, Apple, Yahoo und nun auch Google TV zeugen vom intensiven Bemühen der IT-Welt, sich im „vernetzten Heim“ und auf dem Wohnzimmer-Bildschirm zu etablieren. Mit von der Partie sind ebenso die Anbieter von Spielekonsolen, deren aktuelle Gerätegeneration alle onlinefähig sind und den Nutzern weit mehr bieten als Online-Gaming: Über einen Browser kann man auch hier im Internet surfen oder Filme auf plattformeigenen Video-on-Demand-Stores abrufen.

Während die technologischen Voraussetzungen für die Integration von Internet-Diensten auf dem TV-Bildschirm immer besser und vielfältiger werden, steigt die tatsächliche Nutzung der Angebote aber erst langsam. Die Konsumenten wünschen sich zwar in Befragungen mehr Internet-Features – nutzen sie jedoch noch wenig. Von den aktuell laut GfK rund 550.000 deutschen Hybrid-TV-Haushalten rufen lediglich 20 Prozent regelmäßig Internetinhalte (den sogenannten *Over-the-Top-Content*) auf ihrem TV-Gerät ab.

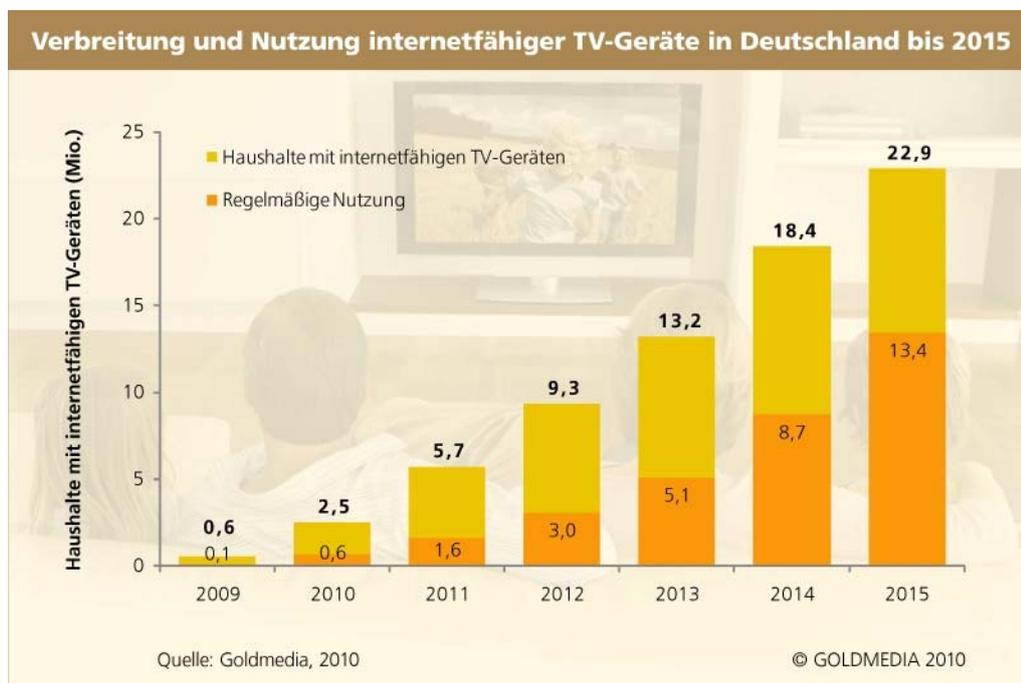
Nach Goldmedia-Prognosen wird sich der Anteil der kontinuierlichen Internet-On-TV-Nutzer bis 2015 auf 58 Prozent erhöhen. Auf alle deutschen TV-Haushalte hochgerechnet heißt das: 2015 werden bereits in jedem dritten TV-Haushalt regelmäßig Internet-Inhalte über das TV-Gerät genutzt.

„Eine Revolution im Wohnzimmer steht kurzfristig sicher noch nicht an“, betont Goldmedia-Seniorberater Mathias Birkel. „Wir erwarten nicht, dass das Fernseh-Gerät die für einen PC typischen Internetanwendungen ersetzt. Dafür sind die Nutzungsumgebungen viel zu unterschiedlich. Und dennoch: Genau wie in der mobilen Welt, wo das Internet gerade Einzug hält, werden Internet-TV-Anwendungen auch den Fernsehkonsum sukzessive erweitern. Durch mehr und

vor allem durch passende Hybrid-TV-Inhalte, die das TV-Programm sinnvoll ergänzen und zeitunabhängiger machen, kann das Internet zunehmend Teil der täglichen Fernsehroutine werden.“

Mit der Angebotsfülle wächst zugleich der Markt für Programmnavigation und Elektronische Programmführer (EPGs). Hier braucht es in Zukunft intelligente Lösungen, die den Nutzer durch den Dschungel des visuellen Überflusses an TV- und Web-TV-Angeboten auf dem TV-Gerät sowie den diversen Diensten und TV-Apps geleiten. Der Kampf der Plattformanbieter und Inhalteproduzenten um das vernetzte Heim ist in vollem Gange. Welche Systeme und Player sich am Ende durchsetzen werden, ist noch lange nicht geklärt.

Chart: Verbreitung und Nutzung internetfähiger TV-Geräte in Deutschland bis 2015



Quelle

Die aktuellen Analysen zum Thema Hybrid TV werden auf dem 22. medienforum.nrw im Rahmen eines Goldmedia-Vortrages präsentiert. (30.06.2010, Panel – „Digital Visions: Connected World“, Dr. André Wiegand)

Pressekontakt

Goldmedia GmbH: Dr. Katrin Penzel, Tel: +49-30-246 266-0, Katrin.Penzel@Goldmedia.de

Goldmedia: Die Goldmedia GmbH Media Consulting & Research berät seit 1998 nationale und internationale Kunden im Medien-, Entertainment- und Telekommunikationsbereich. Das Serviceangebot umfasst klassische Strategieberatung, Business Development und Implementierung sowie Wettbewerbsanalysen und Prognosen. Zur Goldmedia-Gruppe gehören: Goldmedia GmbH, Goldmedia Sales & Services GmbH, Goldmedia Custom Research GmbH sowie Goldmedia Political & Staff Advising GmbH. Hauptsitz des Unternehmens ist Berlin. Weitere Informationen unter: www.Goldmedia.com