

*Pressemeldung***Smart TV: Starker Wettbewerb im Fernsehmarkt der Zukunft**

- *Rund die Hälfte der deutschen Haushalte wird 2016 die Internetwelt auf dem Fernsehgerät empfangen*
- *Unterschiedlichste Anbieter ringen um die Portalhoheit auf dem Fernseher*
- *Nutzer brauchen mehr Übersicht und einfache Bedienkonzepte*

Düsseldorf/Berlin, 08. November 2011. Mit Smart TV soll der Fernsehzuschauer möglichst viele Internetdienste auch auf dem TV-Gerät empfangen, die er bislang nur über PC oder Smartphone nutzen kann. Dabei ringen die unterschiedlichsten Marktplayer heftig um die zentrale Position im Wohnzimmer, darunter Gerätehersteller, Portalbetreiber und Inhaltenanbieter. Für den Nutzer ist der neue Smart TV-Markt noch sehr unübersichtlich. Trotzdem nimmt die Anzahl der Haushalte mit Smart TV weiter zu: Bis 2016 werden rund 50 Prozent der deutschen TV-Haushalte die Angebote der Fernseh- und Internetwelt auf ihrem TV-Bildschirm nutzen.

Dies sind Ergebnisse der aktuellen Studie der Goldmedia Innovation GmbH *Smart TV: Wer erringt die Portalhoheit auf dem Fernseher*. Die Studie systematisiert die unterschiedlichen Anbietergruppen, die derzeit mit Inhalten, Diensten, Hard- und Software im Smart TV-Markt agieren.

Die Geräteausstattung wächst schnell

Technisch haben alle Heimelektronik-Hersteller aufgerüstet: Immer mehr Fernseher, Set-Top-Boxen, Blu-ray-Player oder Videospielekonsolen können mittlerweile in das lokale Heimnetzwerk eingebunden und damit an das Internet angeschlossen werden. Davon machen die Nutzer zunehmend Gebrauch.

Hatten Ende 2010 rund 4 Millionen TV-Haushalte ihren Fernseher direkt oder über eine externe Box mit dem Internet verbunden, so werden es nach Goldmedia-Prognosen Ende 2011 schon 5,6 Millionen sein. Bis 2016 wächst diese Zahl um durchschnittlich 31 Prozent pro Jahr auf einen Wert von rund 20 Millionen.

Die meisten Haushalte holen sich die Internetwelt derzeit noch über ihre Spielekonsole auf den Fernseher. Immer stärker wächst künftig aber die Zahl derer, die dafür ein Hybrid-TV-Gerät nutzen (siehe Grafik).

Zahlreiche Dienste und Anbieter ringen um die Portalhoheit

Im Dienste-Segment ist der Markt für Smart TV noch in einer frühen Entwicklungsphase, geprägt durch die Fragmentierung der Angebote und eine nur langsam beginnende Standardisierung.

Unter den Anbietern sind zum einen die Gerätehersteller selbst, etwa LG, HUMAX, Philips, Samsung oder Sony, die damit zugleich in die Rolle des Portalanbieters und Aggregators von Inhalten und Diensten schlüpfen. Das tun ebenso die Kabelnetzbe-

treiber und IPTV-Anbieter wie Kabel Deutschland und Unitymedia oder die Deutsche Telekom und Vodafone. Auch terrestrische Netzbetreiber und Satelliten-Sendernetzbetreiber, zum Beispiel MEDIA BROADCAST oder ASTRA, bauen Portalangebote auf und wollen den Markt der Internet-Angebote über den Fernseher für sich erschließen.

Die größten Chancen eröffnen sich nach Goldmedia-Analysen den Inhalte- und Diensteanbietern. So kommt für werbefinanzierte Videodienste wie YouTube oder kostenpflichtige Abrufangebote wie LOVEFILM, maxdome oder Videoload mit dem Fernseher neben Computer, Smartphone und Tablet ein weiteres sehr attraktives Ausgabemedium hinzu. Auch die Fernsehveranstalter selbst profitieren. Sie können ihre eigenen Inhalte nun auch auf Abruf verwerten. Zudem ergeben sich ihnen mit Social TV und Multiscreen-Lösungen viele neue Nutzungsformen.

Daneben operieren im Smart TV-Markt auch Big Player wie Google und Apple, die mit neuartigen Geräten und ihren App-Stores Android Market bzw. iTunes nachdrücklich auf die TV-Bildschirme zielen.

Nutzer braucht übersichtliche und einfache Bedienkonzepte

Für den Nutzer wird die Fernsehwelt der Zukunft vielfältiger, zunächst aber erst einmal immer unübersichtlicher. *„Alle wichtigen Player in der Wertschöpfungskette wollen den Zugang der Verbraucher zum Internet auf dem TV-Gerät kontrollieren“*, resümiert Prof. Dr. Claus Sattler, Geschäftsführer der Goldmedia Innovation GmbH und Autor der Studie. *„Inhalte und Dienste, an deren Nutzung die Smart-TV-Portalanbieter umsatzmäßig partizipieren, sollen geeignet auf dem Portal platziert werden. Doch die Nutzer wollen keine proprietären Lösungen und inhaltlichen Vorgaben. Sie wollen in einfacher Weise auf die sie interessierenden Dienste zugreifen. Eine flexible, durch den Nutzer gestaltbare Portaloberfläche dürfte mittelfristig den größten Zuspruch finden.“*

Zudem sind künftig einfache und vernetzte Gesamtlösungen des Medienkonsums zuhause und unterwegs gefragt. Fernseher, Radio, Computer, Laptop, Tablets, Smartphone: alle Endgeräte werden Teil einer nahtlosen Mediennutzung. Es bleibt abzuwarten, ob dann Gateway-Lösungen zuhause oder cloud-basierte Lösungen das Rennen machen.

Die Studie kann kostenlos bei Goldmedia bestellt werden:

www.goldmedia.com

<http://www.goldmedia.com/publikationen/bestellung-smart-tv.html>

Quelle

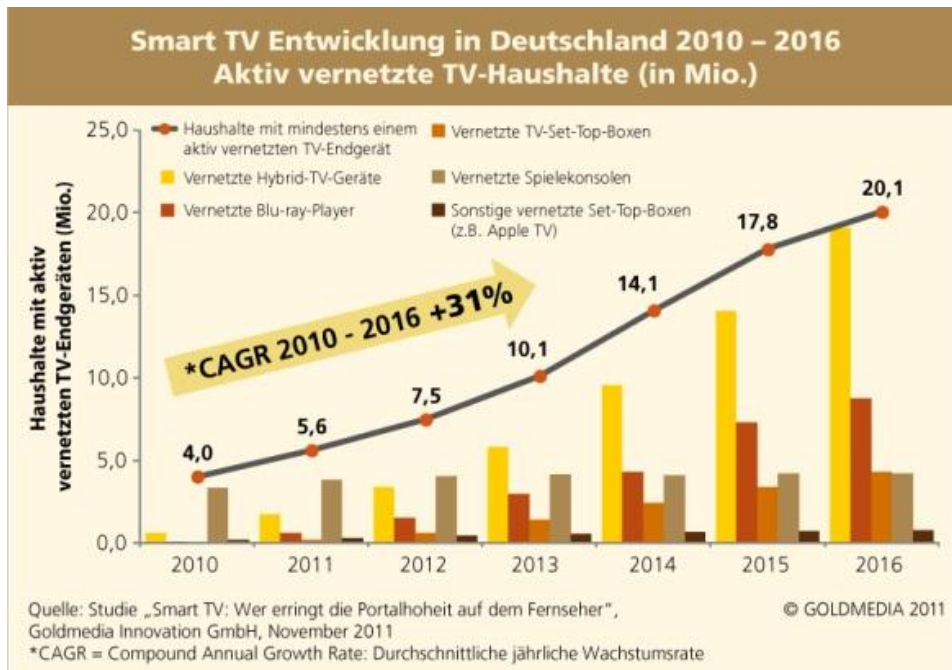
Studie „Smart TV: Wer erringt die Portalhoheit auf dem Fernseher?“
Goldmedia Innovation GmbH, November 2011

Pressekontakt

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

Weitere Informationen und Fotos zum Download finden Sie auch unter:
<http://www.goldmedia.com/presse/pressemeldungen.html>

Chart: Smart TV in Deutschland, Entwicklung 2010 - 2016



Kurzvita Prof. Dr. Claus Sattler, Autor der Studie



Prof. Dr. Claus Sattler war nach seinem Studium der Informatik von 1973 bis 1991 Mitarbeiter und Bereichsleiter am Institut für Informatik und Rechentechnik in Berlin, wo er promovierte und habilitierte. 1991 wechselte Claus Sattler für 12 Jahre zur Managementberatung Eutelis Consult, wo er den Bereich für Telekommunikations-Mehrwertdienste leitete und zuletzt Geschäftsführer war. Ab 2003 leitete er das Projekt "bmco - Broadcast Mobile Convergence", in dem erstmalig über ein öffentliches Rundfunknetz mobiles Fernsehen und interaktive Dienste im DVB-H Standard erprobt wurden. Seit 2005 war Claus Sattler Geschäftsführer des Broadcast Mobile Convergence Forum (bmcoforum) e.V.

Goldmedia Innovation GmbH

Die Goldmedia Innovation GmbH ist Teil der Goldmedia-Gruppe und wurde im Januar 2011 gegründet. Die Gesellschaft entwickelt neue Märkte und Geschäftsfelder im Konvergenzbereich von Telekommunikation & Medien. Kunden sind Netzbetreiber, Diensteanbieter, Hersteller und Medienunternehmen. Das Unternehmen bietet herausragende unternehmerische Kreativität & Erfahrung für die Entwicklung neuer Geschäftsmodelle & Produkte bei Endgeräten, Diensten und Netzplattformen. Dienstleistungen liegen in den Bereichen Unternehmensstrategie, Innovationsmanagement, Geschäftsentwicklung und Produktentwicklung.

Weitere Informationen: <http://www.Goldmedia.com>
<http://www.goldmedia.com/consulting/innovations-beratung.html>