

## Smart-TV & Smart Media IFA-Presskonferenz

Jürgen Sewczyk  
Leiter der Arbeitsgruppe Smart Media  
JS Consult / Eutelsat

2. September 2016  
IFA, Messe Berlin

### AG Smart Media Themen 2016 / 2017

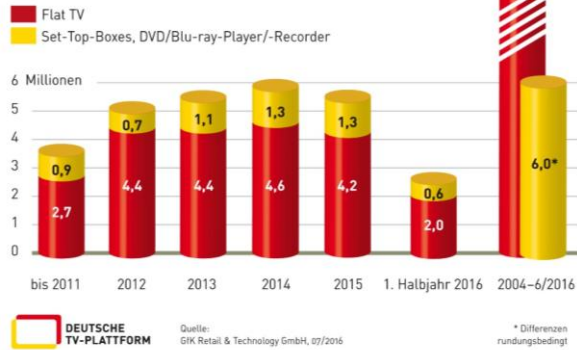
- Personalisierung von Diensten
- Adressierbarkeit von Inhalten
- Umgang mit Daten
- Auffindbarkeit von Diensten
- HbbTV Standard 1.5 und 2.0
- Technologieplattformen  
(Tizen, Android, Web OS, Fire Fox OS, Amazon Fire TV, Apple TV)
- Marktdaten

# Wachstum Smart-TV

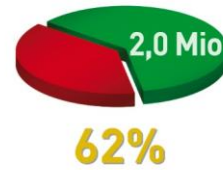
Stand: Ende 1. Halbjahr 2016



## Absatz Smart-TV-Geräte 2004 bis Juni 2016 (in Mio.)



## Anteil Smart-TV-Geräte am TV-Markt 2016 (Q1/Q2)



Jürgen Sewczyk

02.09.2016

3

# Marktzahlen HbbTV

Stand: Ende 1. Halbjahr 2016



## Anteil HbbTV-fähiger Smart-TVs 2016 (Q1/Q2)



## Absatz 2004 - 6/2016 (kumuliert)



Quelle: GfK Retail & Technology GmbH, 07/2016

Jürgen Sewczyk

02.09.2016

4

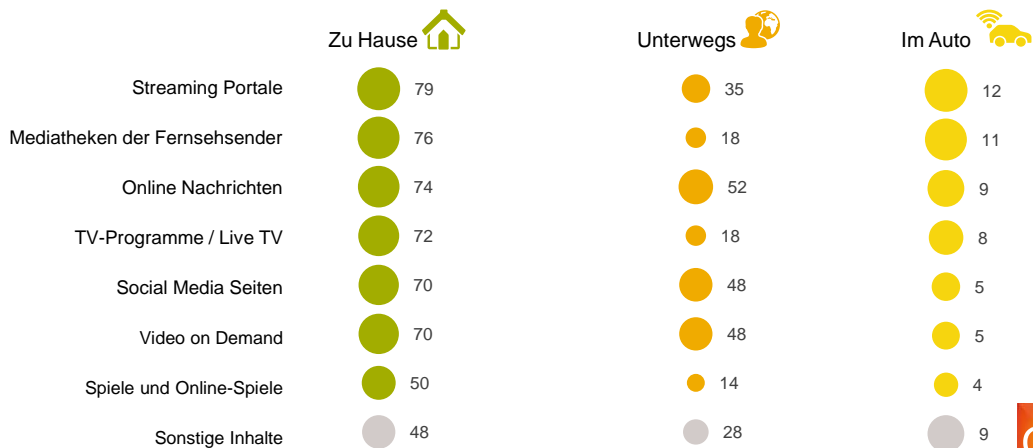
# GfK Verbraucher-Studie zu Ultra HD und Mediennutzung



Jürgen Sewczyk    02.09.2016    5

## Nutzung von Medienangeboten auf portablen Endgeräten

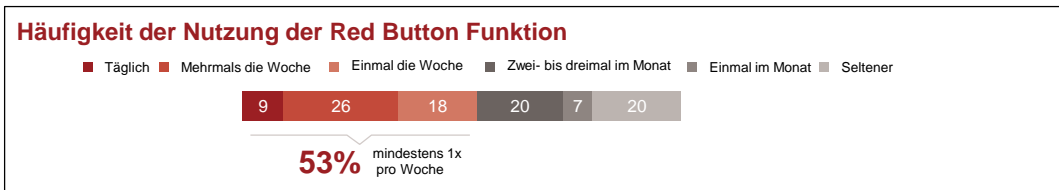
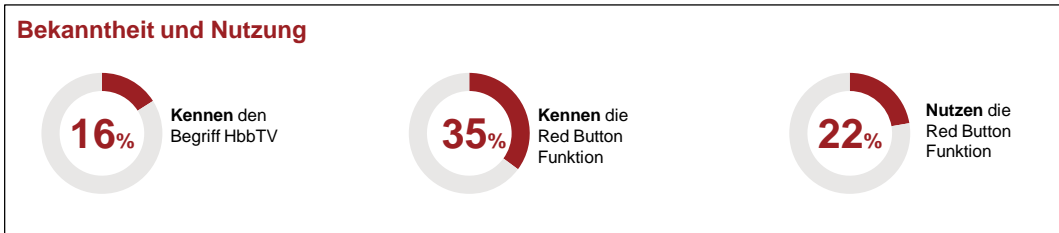
Live-TV, Mediatheken und Streaming Portale werden meist zuhause genutzt. Online-Nachrichten und soziale Medien auch unterwegs



A08: Im Folgenden interessiert uns die Nutzung von Medienangeboten auf mobilen Geräten, d.h. auf Laptop / Notebook, Tablet, Smartphone oder einem fest installierten Gerät / Bildschirm im Auto; Basis: Nutzer von mobilen Bewegtbild-Inhalten (n=800)

© GfK August 31, 2016 | Ergebnisbericht Deutsche TV Plattform e.V.

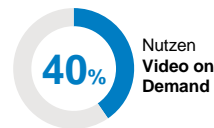
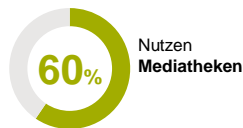
Der Begriff HbbTV setzt sich nicht durch; Ein Drittel der Befragten kennt die „Red Button Funktion“: wer sie nutzt, tut das regelmäßig; 53% der Nutzer verwenden die Funktion einmal pro Woche oder öfters



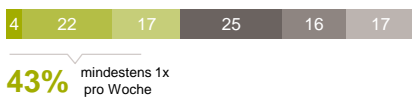
A10: Kennen Sie den Begriff HbbTV? Basis: alle Befragten (n=1.227); A11: Kennen Sie die "Red Button" Funktion am Fernseher, bei der man mit der roten Taste auf der Fernbedienung aus dem live TV-Programm heraus Internet-Dienste der TV-Sender abrufen kann? Basis: alle Befragten (n=1.227); A12a: Auf welchen Endgeräten nutzen Sie folgende Dienste? Basis: alle Befragten (n=1.227); A12b: Und wie oft nutzen Sie diese Dienste auf diesen Endgeräten? Basis: Nutzer der Red Button Funktion (n=273)  
 © GfK August 31, 2016 | Ergebnisbericht Deutsche TV Plattform e.V.

Nutzung von Online-Diensten: Häufigkeit

Mediatheken der TV-Sender werden am stärksten genutzt; Video on Demand Nutzer nutzen diese Dienste intensiver



Häufigkeit der Nutzung



■ Täglich ■ Mehrmals die Woche ■ Einmal die Woche ■ Zwei- bis dreimal im Monat ■ Einmal im Monat ■ Seltener

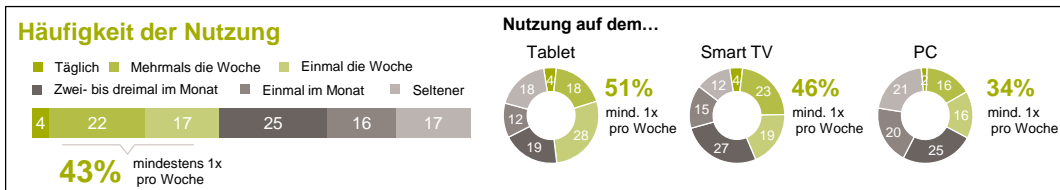
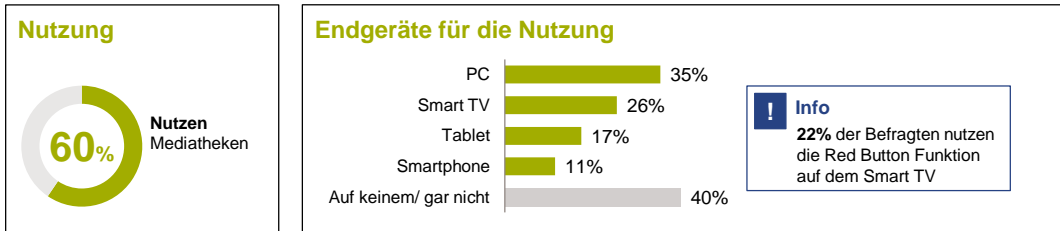


A12a: Auf welchen Endgeräten nutzen Sie folgende Dienste? Basis: Alle Befragten (n=1.227)  
 A12b: Und wie oft nutzen Sie diese Dienste auf diesen Endgeräten? Basis: Nutzer der Red Button Funktion (n=273); Nutzer von Mediatheken der Fernsehsender (n=730); Nutzer von Video on Demand (n=496)  
 © GfK August 31, 2016 | Ergebnisbericht Deutsche TV Plattform e.V.

## Mediatheken: welche Geräte kommen zum Einsatz



Die meisten Nutzer gehen über den PC auf die Mediatheken  
Die Häufigkeit der Nutzung ist aber bei TV und mobil am höchsten

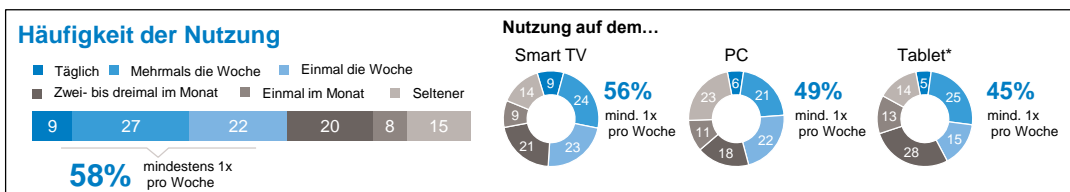
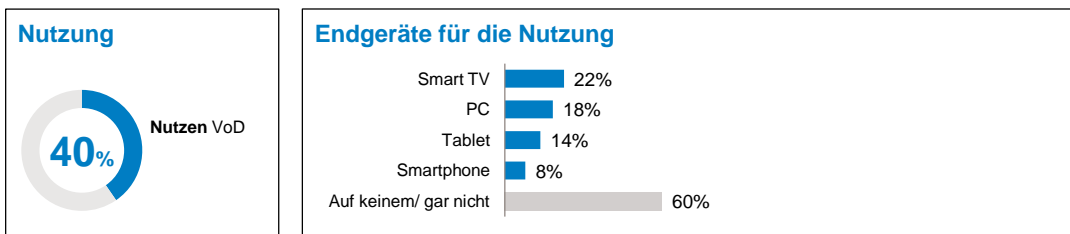


A12a: Auf welchen Endgeräten nutzen Sie folgende Dienste? Basis: alle Befragten (n=1.227); A12b: Und wie oft nutzen Sie diese Dienste auf diesen Endgeräten? Basis: Nutzer von Mediatheken der Fernsehsender (n=730); Nutzung auf PC (n=434); Nutzung auf Smart TV (n=312); Nutzung auf Tablet (n=214); Nutzung auf Smartphone (n=139)  
© GfK August 31, 2016 | Ergebnisbericht Deutsche TV Plattform e.V.

## Video on Demand: welche Geräte kommen zum Einsatz



Die meisten Nutzer sehen Video on Demand am TV.  
Bei der Häufigkeit liegen TV und mobile Geräte nahezu gleich auf.



\*Achtung: geringe Basis n<200  
A12a: Auf welchen Endgeräten nutzen Sie folgende Dienste? Basis: alle Befragten (n=1.227); A12b: Und wie oft nutzen Sie diese Dienste auf diesen Endgeräten? Basis: Nutzer von Video on Demand (n=496); Nutzung auf Smart TV (n=275); Nutzung auf PC (n=223); Nutzung auf Tablet (n=166); Nutzung auf Smartphone (n=94)  
© GfK August 31, 2016 | Ergebnisbericht Deutsche TV Plattform e.V.

## Interaktive Dienste: Personalisierung

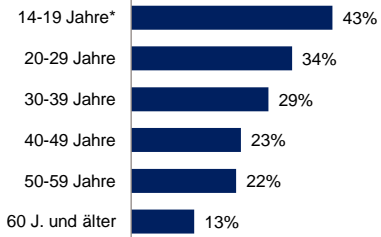
Insgesamt ein Viertel ist interessiert an personalisierten Programmempfehlungen. Bei Jugendlichen sogar deutlich mehr.



# 26%

haben Interesse an personalisierten Programmempfehlungen

### Interesse nach Alter



### ! Info

**10%** der Befragten haben Interesse an **personalisierter Werbung**. Bei den 14-39 Jährigen besteht mit 15% Zustimmung ein deutlich höheres Interesse an personalisierter Werbung.



A13: Haben oder hätten Sie Interesse an folgenden personalisierten Diensten auf einem Smart-TV Gerät, die auf Grundlage ihrer Vorlieben erstellt werden? Basis: alle Befragten (n=1.227)  
© GfK August 31, 2016 | Ergebnisbericht Deutsche TV Plattform e.V.

11



# Vielen Dank für die Aufmerksamkeit!

Deutsche TV-Plattform  
Lyoner Str. 9 | 60528 Frankfurt am Main  
[www.tv-plattform.de](http://www.tv-plattform.de)