



Deutsche TV-Plattform

22. Symposium

Wie viel TV verträgt das Internet?

Verbreitungsweg Internet:

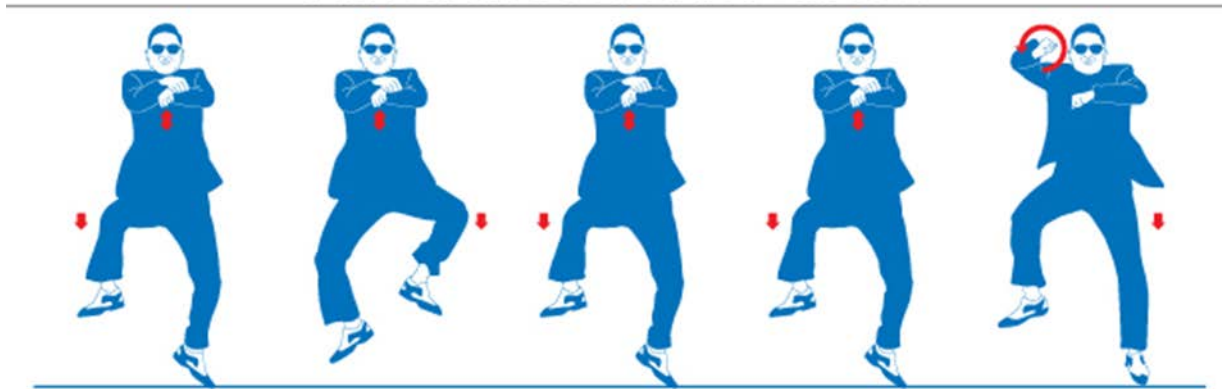
Auch für massenattraktive Inhalte?

München, Bayerischer Rundfunk; 27. Februar 2013

Prof. Dr. Dr. Birgit Spanner-Ulmer; Produktions- und Technikdirektorin; Bayerischer Rundfunk

Das Internet: auch **für Massen attraktive** Inhalte!

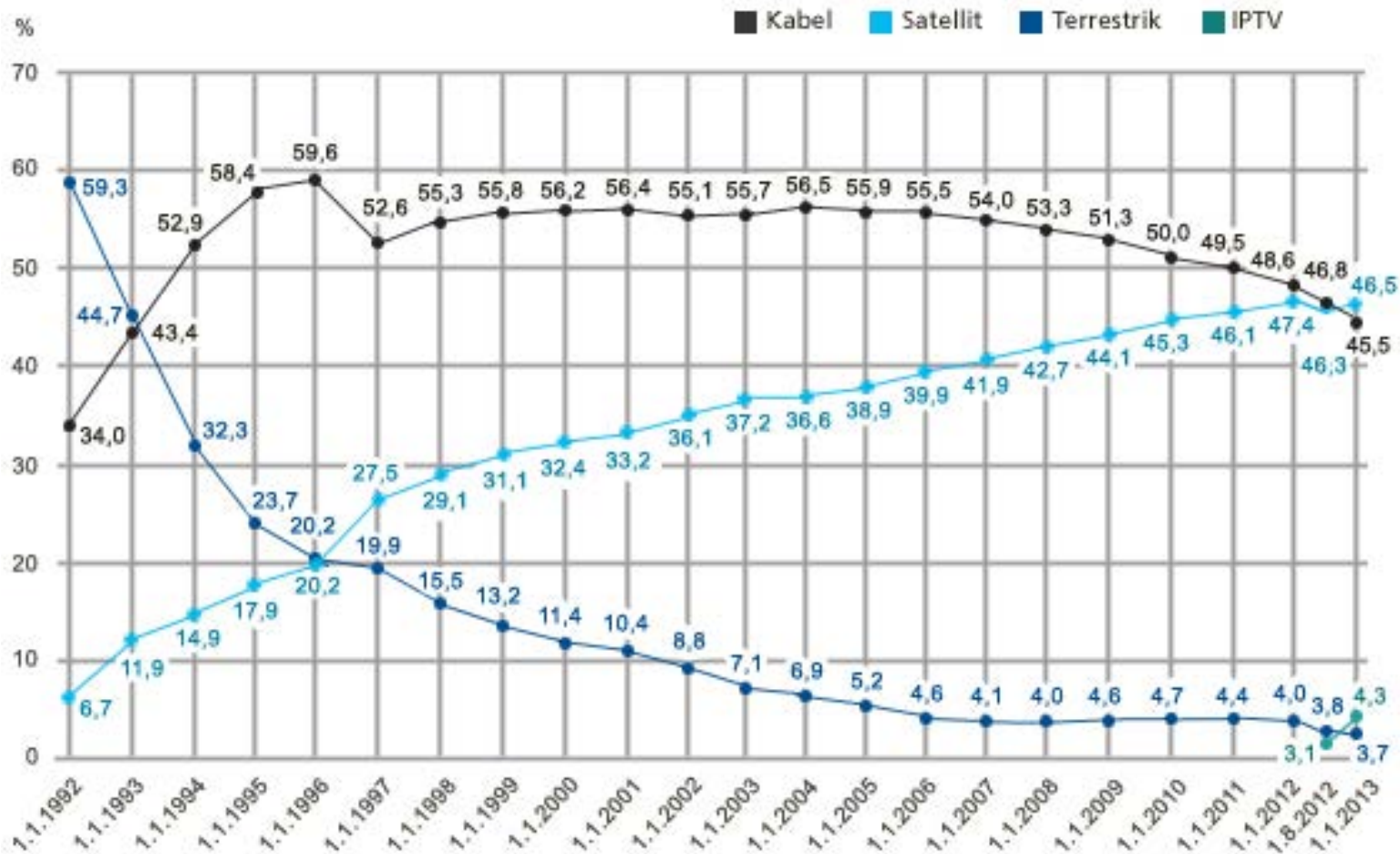
HOW TO DANCE GANGNAM STYLE



und für **massenattraktive** Inhalte?
...darum soll es in diesem Vortrag gehen.

Das Internet als Verbreitungsweg: Wo stehen wir heute?

ENTWICKLUNG DER TV-EMPFANGSEBENEN (HAUSHALTE IN %)



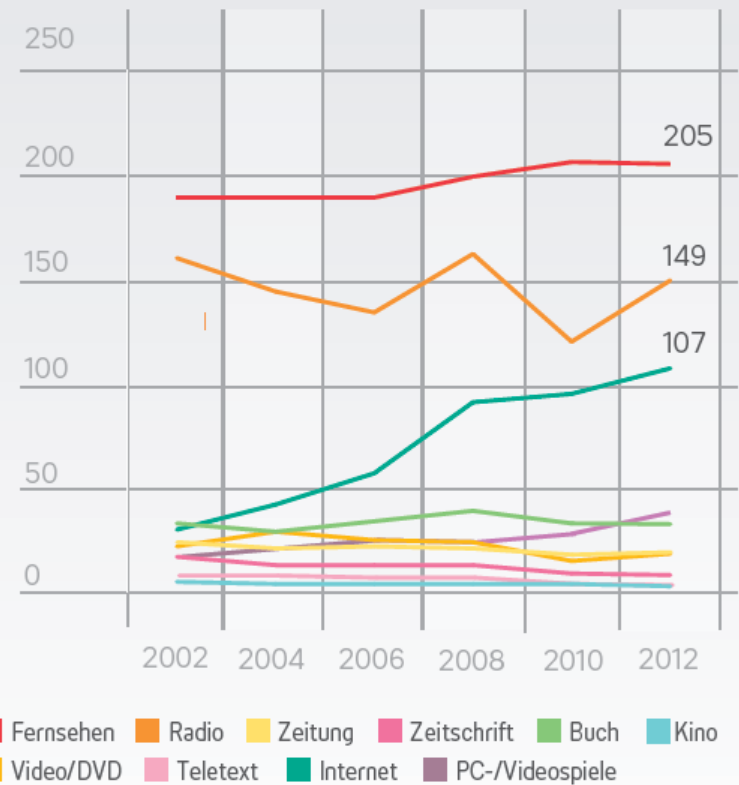
**IPTV:
4,3 %**

© AGF in Zusammenarbeit mit GfK, TV Scope, Fernsehpanel D+EU

Die tägliche Online-Zeit ist innerhalb der letzten 10 Jahre von 30 auf 107 Minuten gestiegen, doch klassisches „Fernsehen“ bleibt als Nutzungsart erst einmal sehr stabil.

ENTWICKLUNG DER MEDIENNUTZUNGSDAUER

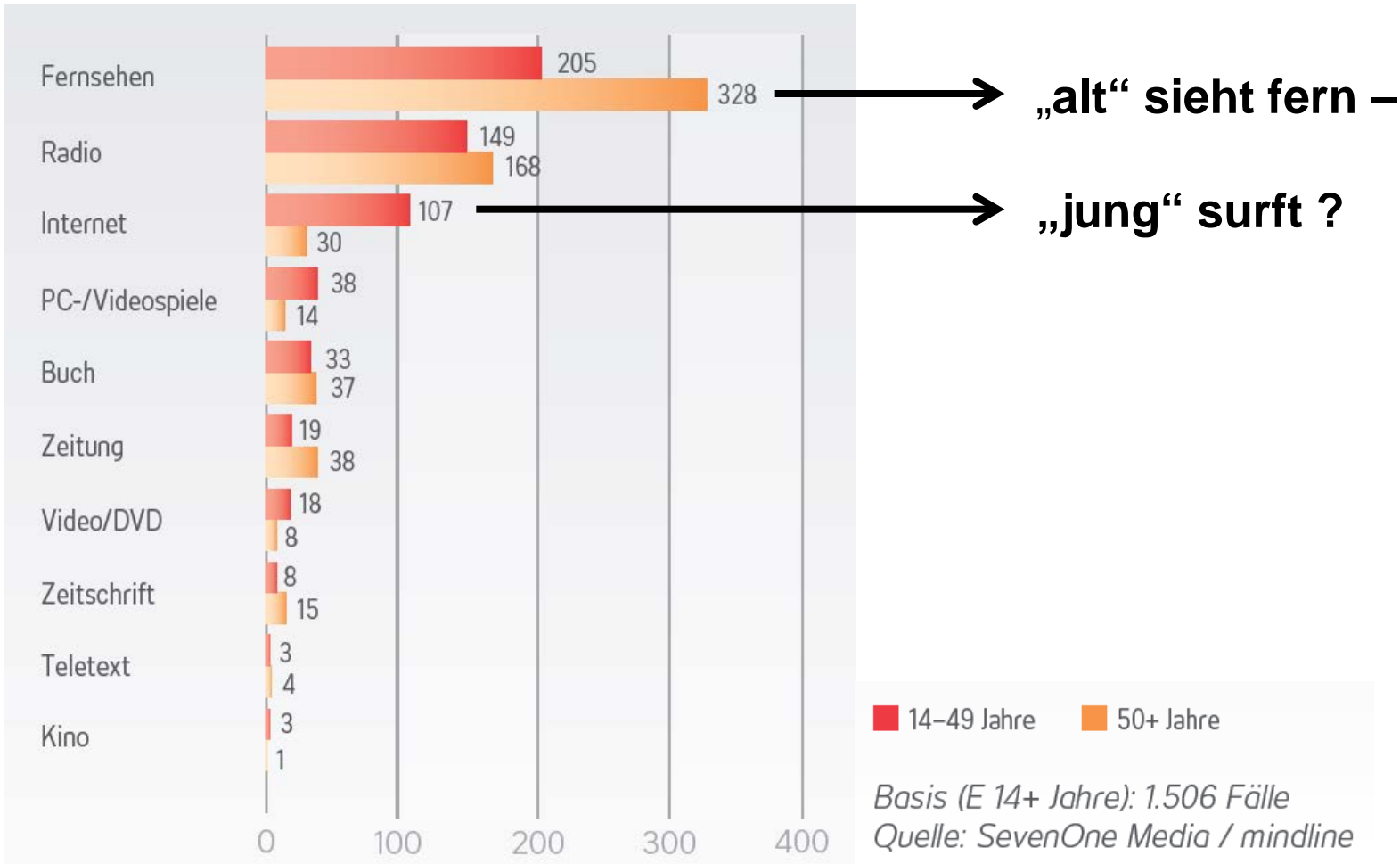
Angaben in Minuten; Ø pro Tag



Basis (14–49 Jahre): 6.432 Fälle

Quelle: SevenOne Media, forsa, Enigma GfK, mindline

Mediennutzungsdauer 2012 nach Alter Angaben in Minuten / Tag









Elemente der Internetnutzung (Angaben in %)

	14-49 Jahre	50+ Jahre
E-Mails senden/empfangen	91,6	68,2
Surfen im Internet	89,4	83,5
Online-Shopping	68,4	46,0
Videos im Internet ansehen	55,4	16,3
Community Social Networks	55,1	15,6
Online-Banking	49,6	42,9
Online-Auktionen	48,9	28,8
Chatten	45,5	17,9
Software-Downloads	39,1	27,4
Zeitungen/Zeitschriften online	36,7	23,9
Newsgroups/ Foren	31,9	14,0
Internet-Telefonie	31,7	15,2
Web-Radio	27,5	16,1
Online-Games	23,5	7,7
PC-/Konsolen-Spiele online spielen	21,6	5,0
Instant Messenger	18,7	8,0
Inhalte fürs Internet erstellen	14,8	13,6
Live im Internet fernsehen	14,5	11,1
Audio-Podcasts	13,5	6,8
Video-Podcasts	13,4	4,9
Bloggen	6,6	3,4
File-Sharing	6,4	1,7
Kontakt-/ Partnerbörsen	6,0	3,8

Bewegtbild im Internet

*Basis (E 14+ Jahre): 1.320 Fälle; Internetnutzung mind. selten
Quelle: SevenOne Media / mindline*

Kriterien	Internet stationär	Internet mobil / portabel	abhängig von:
Verfügbarkeit und Qualität			Breitband-verfügbarkeit
Kapazität			Infrastruktur des Internet
Wirtschaftlichkeit und Kosten			Nutzungsgrad

Breitbandverfügbarkeit in Deutschland Je Bandbreitenklasse für alle Technologien

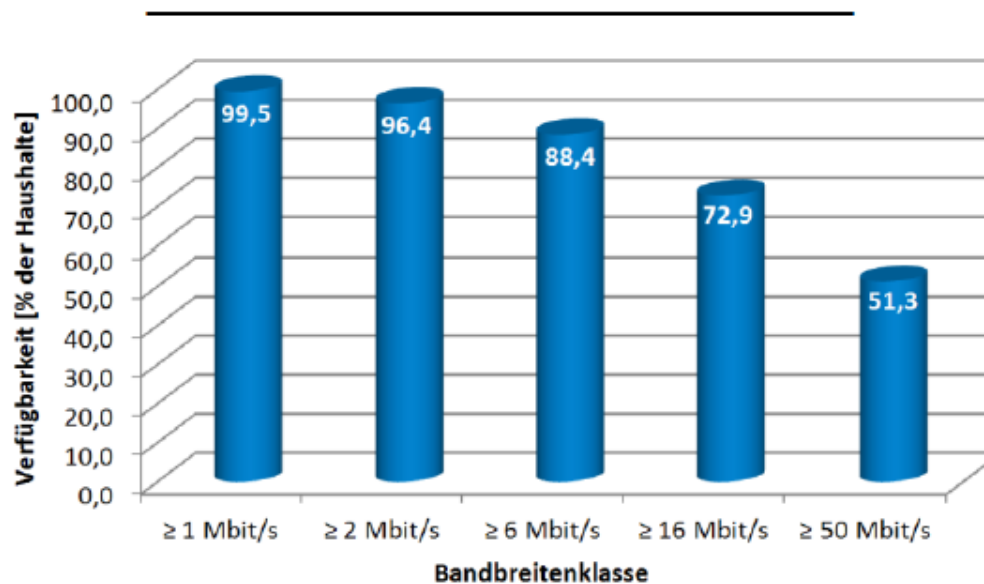


Abbildung 1: Breitbandverfügbarkeit in Deutschland alle Technologien

Quelle: Breitbandatlas des BMWi (Stand Mitte 2012)

Vorsicht das ist die theoretische Verfügbarkeit !

tatsächlich ist die Datenrate:

- oft viel geringer
- abhängig vom Ort (Stadt-Land-Gefälle)
- abhängig vom Abstand zum DSLAM
- abhängig von einer vertraglichen Volumenbegrenzung
- abhängig von der Zahl der Nutzer im Haushalt
- abhängig von der Zahl der Nutzer in der Mobilfunkzelle

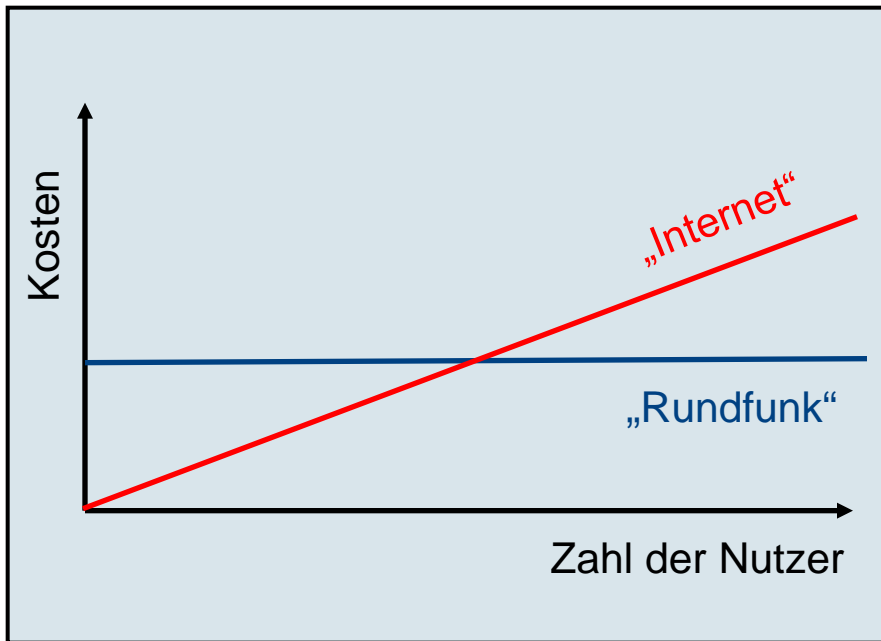


<http://www.zukunft-breitband.de/DE/Breitbandatlas/breitband-vor-ort.html>

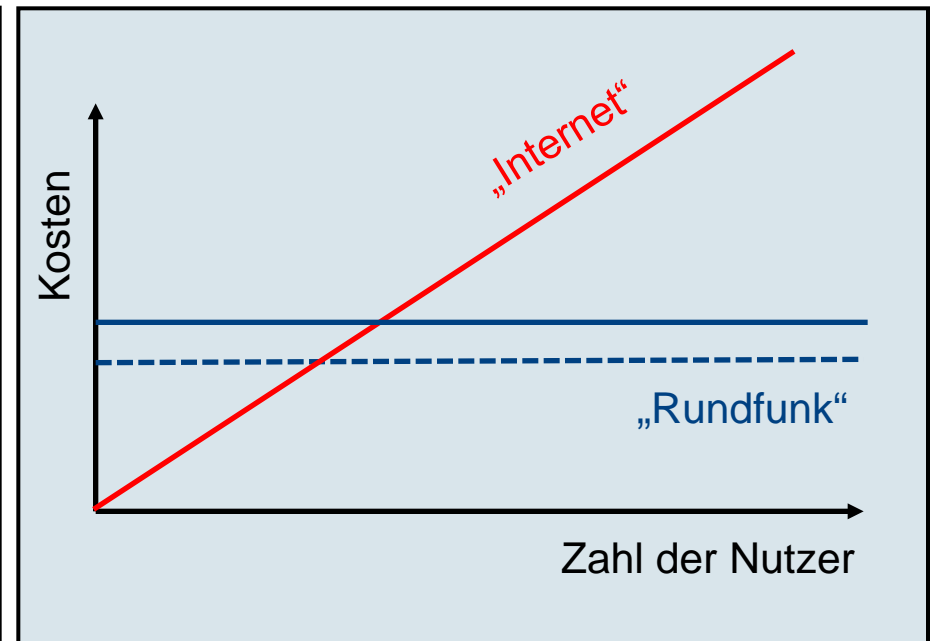
Beispiel: ≥ 16 Mbit/s

Übertragungskosten für den Rundfunk

Szenario 1:



Szenario 2: steigende Datenmengen



**Was ergibt sich aus den gesetzlichen Verpflichtungen des BR?
(z.B. Art1 Abs.2 des Bayerischen Rundfunkgesetzes und weitere)**

- **Barrierefreiheit (diskriminierungsfreier Zugang)**
- **die Auffindbarkeit der Angebote muss gewährleistet sein**
- **Mindeststandards an Qualität**
- **Verfügbarkeit der Zusatzdaten (Bspl. Audiodeskription)**
- **Integrität unserer Signale**
- **Programmanspruch**

auf allen Verbreitungswegen

- **hybride Angebote müssen weiterentwickelt werden**
- **Abstimmung mit Mobilfunkunternehmen unter Betrachtung von DVB-T und Abstimmung mit den Internet Service Providern**
- **„Offloading“ von Übertragungskapazitäten von den Mobilfunknetzen auf das stationäre Internet, oder auf Broadcast**

- **Das klassische Fernsehen bleibt noch längere Zeit das Hauptmedium.**
- **Das Internet ist der „vierte“ Verbreitungsweg und für nichtlineare Inhalte sowieso ein „Muss“.**
- **Der ö.-r. Rundfunk muss und will den vierten Verbreitungsweg nutzen.**
- **Die klassischen Verbreitungswege sind nach wie vor die bessere Wahl für massenattraktive Inhalte.**
- **Der Rundfunk agiert gerade in der Welt des Internets in einem zunehmend fragmentierten Markt.**
- **Die Trennung zwischen „TV“ und „Computer“ verschwindet zunehmend.**