

100 Mio. Web-TV-Haushalte bis 2011

Bis zum Jahr 2011 werden mehr als 100 Mio. Haushalte auf der ganzen Welt mit einem internetfähigen TV-Gerät ausgestattet sein. Zu dieser Einschätzung, die bisherige Prognosen zu diesem Thema um ein Vielfaches übertrifft, kommt das US-Marktforschungsinstitut The Diffusion Group (TDG) in einem aktuell vorgelegten Bericht.

Demnach sollen die Medienkonsumenten dann bis 2013 bereits im Durchschnitt rund 32 Minuten pro Tag mit dem Betrachten von Webvideos verbringen. Das entspricht einem Zuwachs von zehn Minuten zur täglichen Nutzung derzeit. Gleichzeitig werden die Menschen laut TDG aber auch durchschnittlich 4,2 Stunden vor dem TV-Gerät verbringen. Insgesamt gerechnet wird die Videonutzung bis dahin sowohl auf dem TV und dem PC allein in den USA einen Umsatz von über zehn Mrd. Dollar generieren, so die TDG-Vorhersage.



Deutschland hinkt in puncto Internet-TV-Nutzung noch hinterher (Foto: pixelio.de, Rainer Sturm)

„Der Markt für Internet-TV hat prinzipiell sicherlich noch viel Entwicklungspotenzial“, stellt Sonia Rabussier, Medienanalytistin beim Bankhaus Sal. Oppenheim fest. Ob dieser Bereich aber tatsächlich derart positiv wachsen werde wie in der aktuellen TDG-Prognose, hänge von mehreren verschiedenen Faktoren ab.

„Um den Markt anzukurbeln, müssen Anbieter wie die Deutsche Telekom zunächst für attraktivere Preise sorgen. Diese sind für die Konsumentennachfrage ein zentraler Faktor. Entscheidend ist weiters die Frage, welchen Mehrwert Internet-TV-Angebote ihren Nutzern bringen. Die Unternehmen müssen hier dafür sorgen, dass sie den Verbrauchern ein exklusives Programmangebot bieten können“, fasst Rabussier zusammen.

Was die Umsatzerwartungen betrifft, gibt sich die Sal.-Oppenheimer-Analytistin wesentlich zurückhaltender als die Marktforscher von TDG. „Zurzeit ist im Internet-TV-Sektor noch nicht das große Geld zu verdienen. Anbieter von derartigen Diensten haben in Deutschland das Problem, dass ihre tatsächliche Gewinnspanne zunächst eher bescheiden ausfällt“, erläutert Rabussier.

Europäischer Vorreiter in Sachen Web-TV sei eindeutig Frankreich, wo Anbieter laut der Medienanalytistin bereits auf eine IPTV-Kundenbasis von über zwei Mio. Menschen zurückgreifen könnten. „In Deutschland bleibt dieser Sektor mit einer Größe von knapp einer Mio. Kunden nach wie vor ein Nischenmarkt. In diesem Zusammenhang spielt aber auch der Umstand eine Rolle, dass der Wettbewerb hierzulande wesentlich härter

und der Preisdruck höher ist. Deutsche Anbieter von Internet-TV-Diensten haben im Vergleich zu Frankreich mit einer deutlich stärkeren Kabel-TV-Konkurrenz zu kämpfen“, so Rabussier.

Als treibende Kraft im Internet-TV-Markt soll sich den TDG-Experten zufolge vor allem die zunehmende Verbreitung von internetfähigen Videospielekonsolen erweisen. Von den insgesamt über 100 Mio. Haushalten der Welt, die bis 2011 über ein Fernsehgerät mit Webzugang verfügen, sollen rund 20 Mio. Haushalte über Xbox, Playstation und Co ins Netz einsteigen, um Videoinhalte zu betrachten, heißt es in dem vorgelegten Bericht. (pressetext.de)