



**Medienorientierung
„Aktuelle Fragen zu digitalem Fernsehen“**

swisscable

3. Juli 2007

**Dr. Hajo Leutenegger, Präsident
Dr. Claudia Bolla-Vincenz, Geschäftsführerin**



Agenda

Effekte von Bluewin TV auf die Branche

(Hajo Leutenegger)

Digital-TV: Resultate der DemoSCOPE-Befragung

(Hajo Leutenegger)

Analog-, Digital-TV: Koexistenz od. Konkurrenz?

(Hajo Leutenegger)

HDTV: Die Pläne der Kabel-TV-Unternehmen

(Claudia Bolla-Vincenz)

Positionierung der Kabel-TV-Unternehmen

(Claudia Bolla-Vincenz)

Fragen / Diskussion



Bluewin TV: Effekte auf die Kabel-TV-Branche

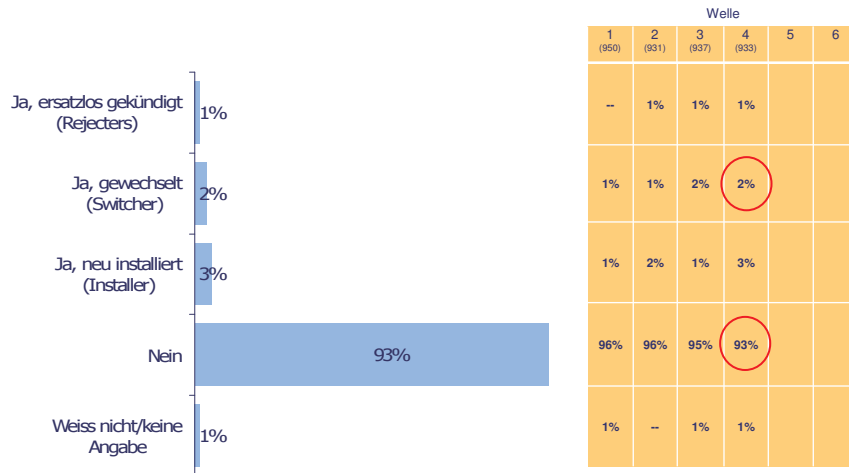
- Systematische Erhebung der Zu- und Abgänge von Kabel-TV-Kunden durch:
 - DemoSCOPE-Studie: 6 Wellen im laufenden Jahr
 - Befragungen von ausgewählten Mitgliedern zur Verifizierung der erhobenen Daten



Steckbrief der Befragung

Ziel der Studie	Ziel ist es, über eine kontinuierliche und standardisierte Erhebung die Zu- und Abgängerquote im Zeitverlauf zu messen.
Zielgruppe/-personen	Die Erhebungsgrundgesamtheit bildet die sprachassimierte Wohnbevölkerung im Alter zwischen 15 und 74 Jahren in der deutsch- und französischsprachigen Schweiz.
Befragungszeit	<p>1. Welle ⇒ Woche 2 09. – 12. Januar 2007</p> <p>2. Welle ⇒ Woche 9 27. Februar – 02. März 2007</p> <p>3. Welle ⇒ <u>Woche 18 01. – 04. Mai 2007</u></p> <p>4. Welle ⇒ <u>Woche 25 18. – 23. Juni 2007</u></p> <p>5. Welle ⇒ Woche 36 04. – 07. September 2007</p> <p>6. Welle ⇒ Woche 45 06. – 09. November 2007</p>
Erhebungsmethode	Swiss CATI-Bus, telefonische Interviews
Stichprobengrösse	<p>1. Welle: 1'005 Interviews (753 D-CH / 252 W-CH)</p> <p>2. Welle: 1'006 Interviews (758 D-CH / 248 W-CH)</p> <p>3. Welle: 1'000 Interviews (750 D-CH / 250 W-CH)</p> <p>4. Welle: <u>1006 Interviews (755 D-CH / 251 W-CH)</u></p>
Projektleitung	Hubert Mathis, Senior Research Consultant DemoSCOPE

Q03: Haben Sie einen Fernsehanschluss in Ihrem Haushalt in den vergangenen 6 Monaten entweder ersatzlos gekündigt, gewechselt oder neu abonniert respektive installiert?
 Filter: Hat Fernsehgerät/e im Haushalt



Q05: Von welchem Fernsehanschluss zu welchem haben Sie gewechselt?
 Filter: Hat Fernsehgerät/e im Haushalt und Filter: Hat Fernsehanschluss gewechselt

Von	Nach						Total Abgänge	3. Welle	2. Welle	1. Welle
	Kabel	Satellit	Antenne	Bluewin-TV	Internet TV via Computer	Weiss nicht / keine Angabe				
Kabel		0.1%	0.1%	0.5%	0.1%	0.9%	0.9%	0.4%	0.5%	
Satellit						0.0%	0.1%	0.1%	0.0%	
Antenne		0.2%				0.2%	0.3%	0.2%	0.0%	
Bluewin-TV	0.1%					0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	
Internet TV via Computer						0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	
Weiss nicht						0.2%	0.2%	0.1%	0.1%	
Total Eintritte	0.1%	0.3%	0.1%	0.5%	0.1%	0.2%	1.5%	0.8%	0.6%	



Fazit: Wenige wechseln vom Kabel zu Bluewin TV

- Trotz grossem Medienwirbel um Cablecom und attraktivem Angebot von Swisscom haben bis jetzt nur rund. 0.5% der Kabelkunden zu Bluewin TV gewechselt.
- Dies entspricht rund 14'400 Abonnenten
=> Weniger als ein Drittel der geschätzten rund 45'000 Kunden von Bluewin TV sind ehemalige Kabel-TV-Kunden.
- Interpretation Swisscable
 - Hohe Bild- und Tonqualität des Kabel-TV wird nicht leichtfertig aufgegeben
 - Bluewin TV ist vor allem für diejenigen attraktiv, die keinen Kabelanschluss haben



Agenda

Effekte von Bluewin TV auf die Branche

(Hajo Leutenegger)

Digital-TV: Resultate der DemoSCOPE-Befragung

(Hajo Leutenegger)

Analog-, Digital-TV: Koexistenz od. Konkurrenz?

(Hajo Leutenegger)

HDTV: Die Pläne der Kabel-TV-Unternehmen

(Claudia Bolla-Vincenz)

Positionierung der Kabel-TV-Unternehmen

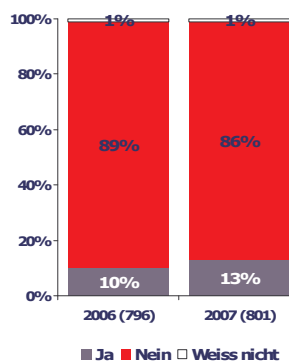
(Claudia Bolla-Vincenz)

Fragen / Diskussion

Steckbrief der Befragung

Titel	Digitales Fernsehen und die Zukunft - Bedürfnisstruktur und gesellschaftlicher Kontext
Zielgruppe/-personen	Die Zielgruppe bildet die sprachassimierte Wohnbevölkerung in der Deutsch- und West-Schweiz im Alter zwischen 15 und 74 Jahren.
Befragungszeit	16. April bis 11. Mai 2007
Erhebungsmethode	CATI, telefonische Interviews
Stichprobengrösse	Insgesamt 801 Interviews (400 D-CH / 401 W-CH)
Projektleitung	DemoSCOPE, 6043 Adligenswil <ul style="list-style-type: none"> • Hubert Mathis, Senior Research Consultant • Carmen Marfurt, Research Consultant

SC07: In letzter Zeit hört und liest man viel zum Thema „digitales Fernsehen“. Immer mehr Fernseh-Kabelnetze bieten ihren Kunden auf Wunsch digitales Fernsehen an. Mit digitalem Fernsehen haben Sie die Möglichkeit, das Programmangebot ihren persönlichen Bedürfnissen anzupassen. Nutzen Sie digitales Fernsehen bereits?

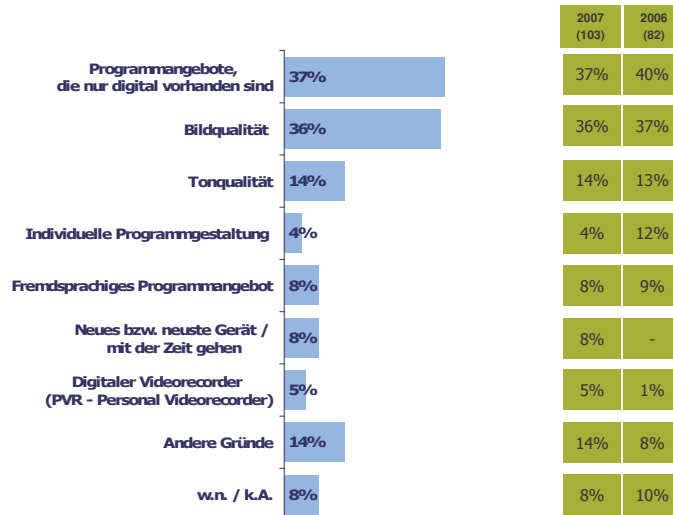


Basis: siehe Klammer
Einfachnennung



F20: Was sind Ihre Gründe, dass digitales Fernsehen in Ihrem Haushalt genutzt wird?

Filter: Hat digitales Fernsehen



Basis: siehe Klammer Mehrfachantworten

Medienorientierung vom 3. Juli 2007

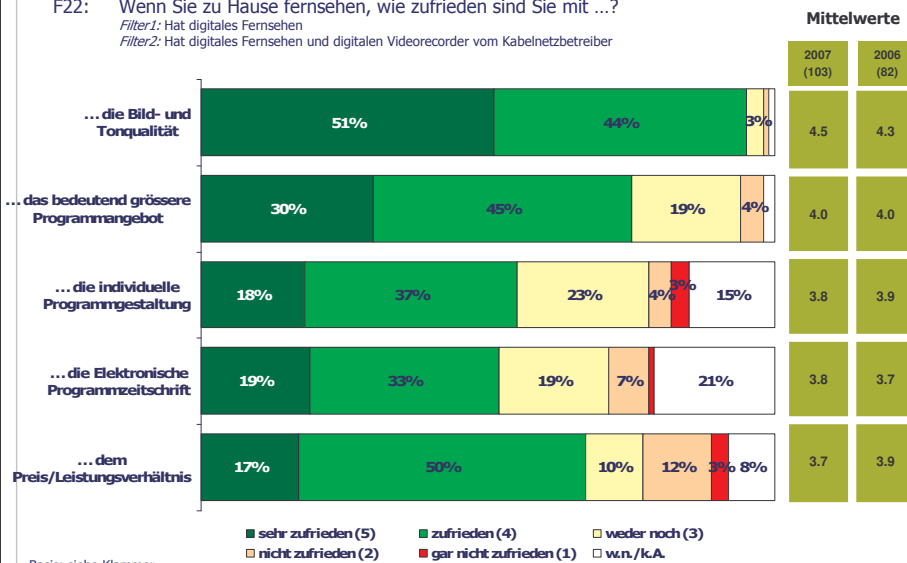
FOLIE 11



F22: Wenn Sie zu Hause fernsehen, wie zufrieden sind Sie mit ...?

Filter1: Hat digitales Fernsehen

Filter2: Hat digitales Fernsehen und digitalen Videorecorder vom Kabelnetzbetreiber



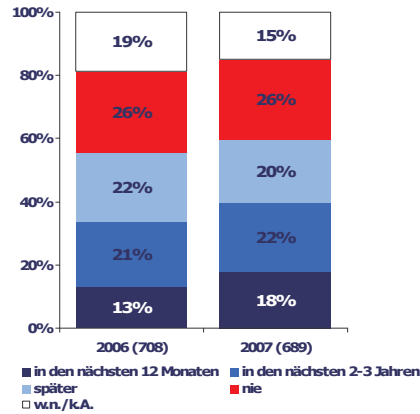
Basis: siehe Klammer Skalafrage

Medienorientierung vom 3. Juli 2007

FOLIE 12



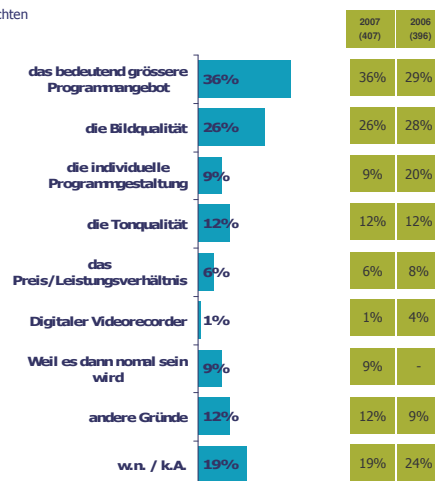
SC09: Angenommen, es stünde Ihnen für digitales Fernsehen auf Ihrem Kabelanschluss ein entsprechendes Angebot zur Verfügung. Würden Sie das digitale Angebot ... beziehen?
 Filter: Nichtnutzer von digitalem Fernsehen



Basis: siehe Klammer
 Einfachnennung



SC10: Was wären Ihre Gründe, dass Sie digitales Fernsehen beziehen würden?
 Filter: hat Wechselabsichten



Basis: siehe Klammer
 Mehrfachantworten

Wo stehen wir?

Analoge TV-Welt:

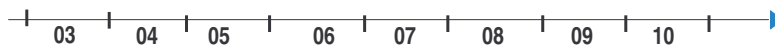
Breites analoges TV-Programm für alle

Wir befinden uns am Übergang von der analogen in die digitale TV-Welt



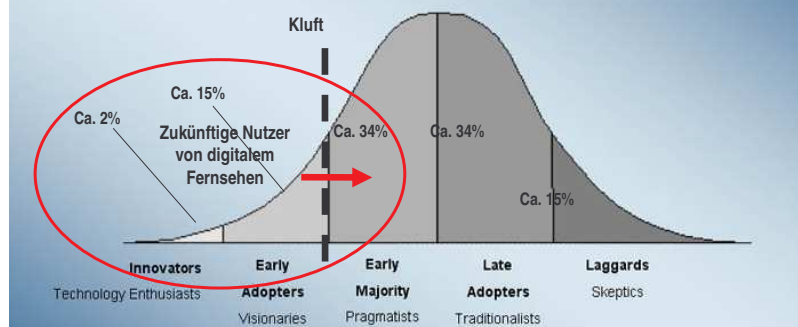
Digitale TV-Welt:

- HDTV
- Individuelles Fernsehen
- Programmviefalt



Wird Digital-TV 2007 die Kluft überwinden?

Der Lebenszyklus von neuen Technologien



(Modell gemäss Geoffrey A. Moore)



Agenda

Effekte von Bluewin TV auf die Branche

(Hajo Leutenegger)

Digital-TV: Resultate der DemoSCOPE-Befragung

(Hajo Leutenegger)

Analog-, Digital-TV: Koexistenz od. Konkurrenz?

(Hajo Leutenegger)

HDTV: Die Pläne der Kabel-TV-Unternehmen

(Claudia Bolla-Vincenz)

Positionierung der Kabel-TV-Unternehmen

(Claudia Bolla-Vincenz)

Fragen / Diskussion

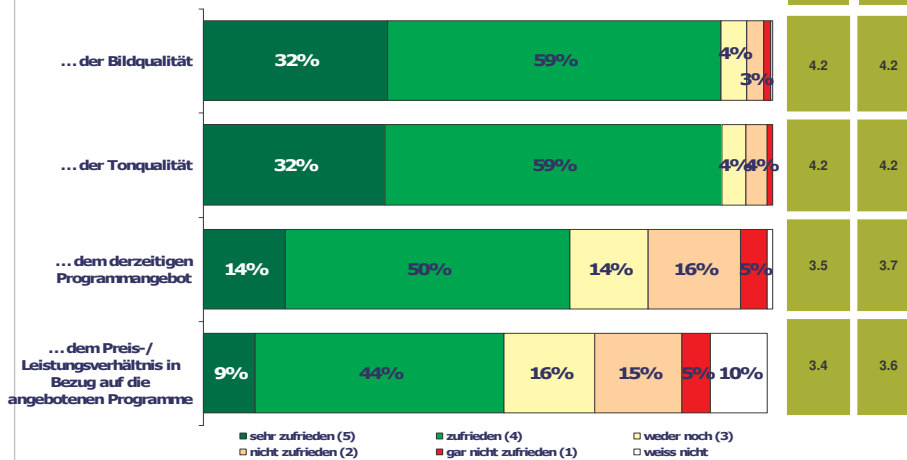


F04: Wenn Sie zu Hause fernsehen, wie zufrieden sind Sie mit ...?

Filter: Hat kein digitales Fernsehen

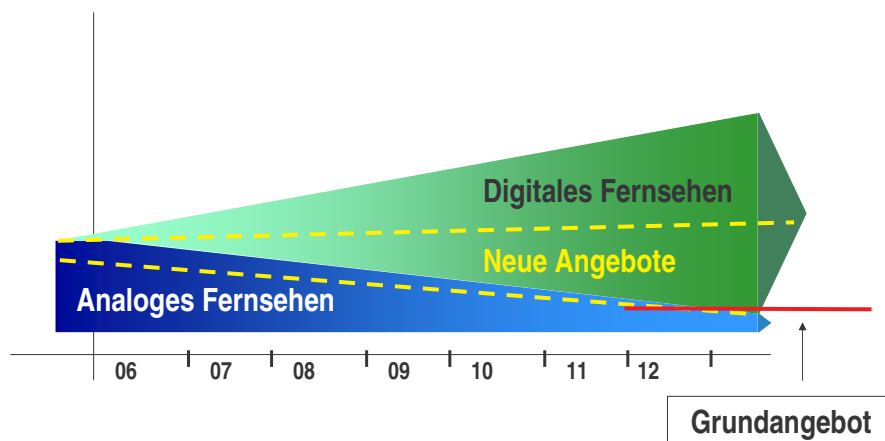
Mittelwerte

2007 (689)	2006 (708)
---------------	---------------





Analog-TV: Grundangebot wird bleiben



Agenda

Effekte von Bluewin TV auf die Branche

(Hajo Leutenegger)

Digital-TV: Resultate der DemoSCOPE-Befragung

(Hajo Leutenegger)

Analog-, Digital-TV: Koexistenz od. Konkurrenz?

(Hajo Leutenegger)

HDTV: Die Pläne der Kabel-TV-Unternehmen

(Claudia Bolla-Vincenz)

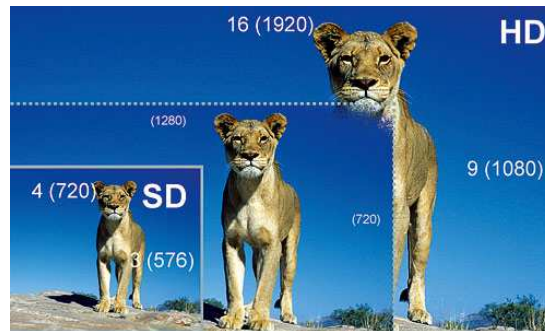
Positionierung der Kabel-TV-Unternehmen

(Claudia Bolla-Vincenz)

Fragen / Diskussion



Was ist HDTV?



- High Definition Television (hochauflösendes Fernsehen) ist ein neuer TV-Standard mit markant höherer Auflösung
- HDTV ist ein Quantensprung, vergleichbar mit der Einführung des Farbfernsehens



Was bringt HDTV den Zuschauern?



- Mit HDTV sind die Zuschauer noch näher am Geschehen dran.
- Mit HDTV / Breitbildformat 16:9 wird das Fernsehbild schärfer, detailgetreuer und farbechter.
- Dank Mehrkanalton (z.B. Dolby Digital 5.1) wird Fernsehen auch zum Klangerlebnis.

Was können die Kabel-TV-Kunden erwarten?



- Einführung von HDTV bis 1. Dezember 2007 auf den meisten Schweizer Kabelnetzen: Start von *HD Suisse*
- **Nota bene:** Einige Kabel-TV-Unternehmen bieten heute schon HDTV!
- Europameisterschaften EURO 2008 in HD-Qualität
- Kontinuierlicher Ausbau des HDTV-Angebotes

Wo liegen die Herausforderungen?



Inhalte in HD-Qualität

HD-fähige Settop-Box

Netzkapazität

- Verfügbarkeit von attraktiven HD-Programmen
- Verfügbarkeit von HDTV-fähigen Empfangsgeräten (Settop-Boxen)
- Bedarf an Netzkapazität



Agenda

Effekte von Bluewin TV auf die Branche

(Hajo Leutenegger)

Digital-TV: Resultate der DemoSCOPE-Befragung

(Hajo Leutenegger)

Analog-, Digital-TV: Koexistenz od. Konkurrenz?

(Hajo Leutenegger)

HDTV: Die Pläne der Kabel-TV-Unternehmen

(Claudia Bolla-Vincenz)

Positionierung der Kabel-TV-Unternehmen

(Claudia Bolla-Vincenz)

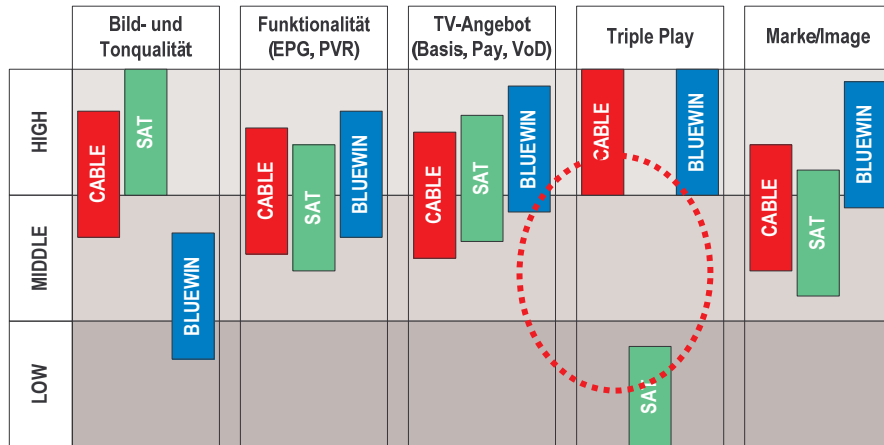
Fragen / Diskussion



Positionierung im Markt

- Die wichtigsten Differenzierungs-Faktoren für die Kabel-TV-Unternehmen gegenüber den **Hauptkonkurrenten Satelliten-TV** und **Bluewin TV** sind:
 - Triple Play: Radio/TV, Internet, Telefonie aus einer Hand
 - => Kundenservice
 - => Lokale Verankerung
 - Bild- und Tonqualität
 - => Digitales Fernsehen
 - => HDTV
 - Angebotspalette
 - => Analog-TV

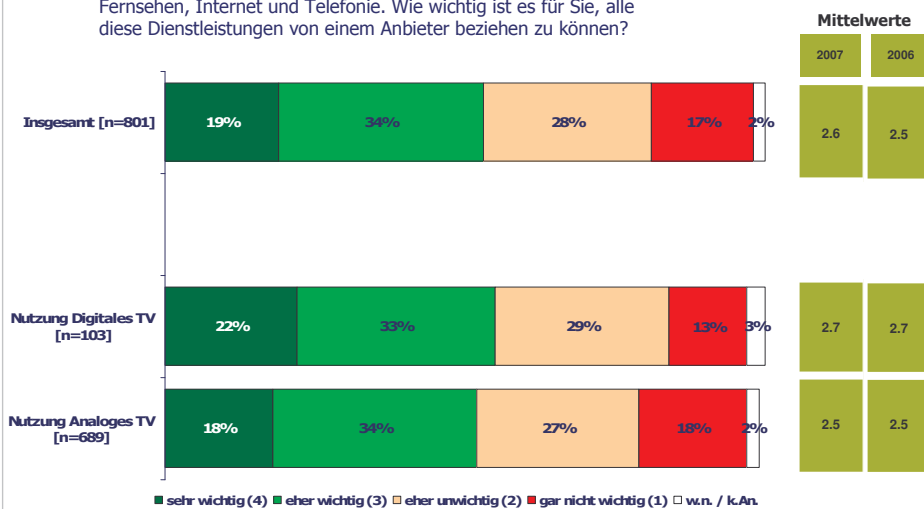
Triple Play: Differenzierung gegenüber Satelliten-TV



Medienorientierung vom 3. Juli 2007

FOLIE 27

F40: Die Kabelnetzanbieter bieten diverse Produkte und Dienstleistungen über das Kabelnetz an: analoges und digitales Fernsehen, Internet und Telefonie. Wie wichtig ist es für Sie, alle diese Dienstleistungen von einem Anbieter beziehen zu können?

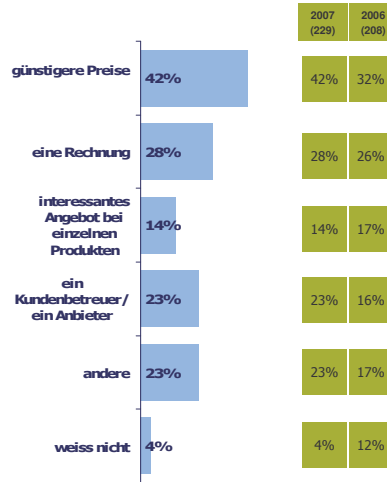


Basis: siehe Klammer Skalafrage

Medienorientierung vom 3. Juli 2007

FOLIE 28

F42: Welche Vorteile würden Sie sich erhoffen?
 Filter: Tripel Play ist wichtig und würde Anbieter wechseln

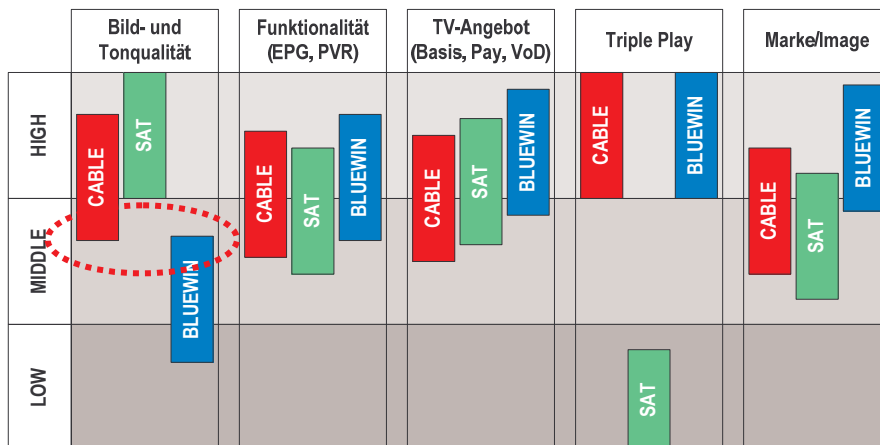


Basis: siehe Klammer Mehrfachantworten

Medienorientierung vom 3. Juli 2007

FOLIE 29

Bildqualität: Differenzierung gegenüber Bluewin TV



Medienorientierung vom 3. Juli 2007

FOLIE 30



Angebotspalette: Differenzierung gegenüber **allen Konkurrenten**

Anbieter, Angebot	Analog-TV	Digital-TV	HDTV	Internet	Telefonie
Kabel-TV-Unternehmen	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
Swisscom, Bluewin TV	Nein	Ja	Offen	Ja	Ja
Satelliten-TV	Ja	Ja	Ja	Beschränkt	Nein
Antennen-TV (terrestrisch)	Wird eingestellt	Ja	Nein	Nein	Nein



Besten Dank für Ihre Aufmerksamkeit!



Fragen / Diskussion