

Diese Meldung kann unter <http://www.presseportal.de/pm/39565/1411473/accnture-untersuchung-tv-ueber-internet-und-handy-lockt-20-prozent-mehr-zuschauer-fachmann> abgerufen werden.



Accenture-Untersuchung: TV über Internet und Handy lockt 20 Prozent mehr Zuschauer Fachmann: Kommerzielles Rechte-Management für alle Verbreitungswege wird geschäftskritisch für Fernsehsender

26.05.2009 - 08:00 Uhr, Accenture GmbH

Kronberg im Taunus (ots) - 34 Prozent der deutschen Fernsehzuschauer haben in den vergangenen zwölf Monaten Sendungen auch auf ihrem Computer oder Mobiltelefon empfangen. Ein Jahr zuvor waren es 28 Prozent. Zu diesem Ergebnis kommt der Managementberatungs-, Technologie- und Outsourcing-Dienstleister Accenture in einer aktuellen Umfrage.

Die mehr als 1.000 Umfrageteilnehmer wurden auch gefragt, welchen TV-Inhalt sie am liebsten auf ihrem PC oder Handy abrufen würden.

Am Computerbildschirm sehen die Zuschauer am liebsten bislang nicht gesendete Formate. Es folgen Serien und Shows, die man aus dem normalen Programm kennt, in voller Länge, in gekürzter Form und als Zusammenschnitt von Höhepunkten.

Auf ihrem Handy möchten die Befragten aktuelle Nachrichten empfangen, gefolgt von bekannten Sendungen in Kurz- oder Langform.

Die Ergebnisse verdeutlichen die Entwicklung, dass sich Inhalte aus dem Fernsehen auf immer mehr Verbreitungswege verteilen. Für Rundfunkunternehmen wird es deshalb zunehmend wichtiger, klar festzulegen, für welchen Weg man welche Verwertungsrechte besitzt, vom klassischen Antennenfernsehen bis hin zum Sendeausschnitt auf einem Videoportal.

"Das kommerzielle Management von Verwertungsrechten für alle Verbreitungswege wird geschäftskritisch für die Sender", sagt Veit Siegenheim, Geschäftsführer im Bereich Communications & High Tech.

Der Mitherausgeber des Buchs "Auslaufmodell Fernsehen? Perspektiven des TV in der digitalen Medienwelt" beobachtet, dass Rechte-Management heute vielfach noch als rein administrative Aufgabe gesehen wird.

Seiner Einschätzung nach müssten die Sender unter anderem ihr Finanzmanagement enger mit der Programm- und Sendeplanung und den Archiven abstimmen sowie klare Strategien für den Erwerb und die Verwertung von Rechten entwickeln.

Veit Siegenheim: "Nur so entwickelt ein Sender ein klares Profil auf allen strategischen Verwertungskanälen. Und nur so kann er sein Programmvermögen optimal nutzen, also nur die wirklich benötigten Rechte erwerben und die vorhandenen Rechte so vorteilhaft wie möglich einsetzen."

Allerdings bleibt der Fernsehapparat vorerst der Deutschen liebstes Gerät, um Filme, Serien und Shows zu schauen. 40 Prozent der Befragten gaben an, nicht an neuen Wegen des Fernsehens interessiert zu sein (2008: 43 Prozent).

Nur acht Prozent sind Technik-Enthusiasten, die sagen: "Ich empfangen so viel Sendungen wie möglich über mein PC oder mein Handy." Damit outen sich die Deutschen als Digital-Muffel im Vergleich mit Zuschauern in anderen Ländern: In Italien um Beispiel gaben 31 Prozent der Befragten diese Antwort, in Südkorea 28 Prozent und in Australien immerhin noch 14 Prozent.

Über die Untersuchung

Accenture hat im Januar und Februar 2009 13.600 Fernsehzuschauer in den 13 folgenden Ländern befragt: Australien, Brasilien, Deutschland, England, Frankreich, Italien, Japan, Malaysia, Mexiko, Singapur, Spanien, Südkorea, USA.

Über Accenture:

Accenture ist ein weltweit agierender Managementberatungs-, Technologie- und Outsourcing-Dienstleister. Das Unternehmen bringt umfassende Projekterfahrung, fundierte Fähigkeiten über alle Branchen und Unternehmensbereiche hinweg und Wissen aus qualifizierten Analysen der weltweit erfolgreichsten Unternehmen in eine partnerschaftliche Zusammenarbeit ein. So schafft Accenture für seine Kunden nachhaltigen Markterfolg. Das Unternehmen beschäftigt mehr als 181.000 Mitarbeiter, die in 120 Ländern für seine Kunden tätig sind, und erwirtschaftete im vergangenen Fiskaljahr (zum 31. August 2008) einen Nettoumsatz von 23,39 Mrd. US-Dollar. Die

Internetadresse lautet www.accenture.de.

Pressekontakt:

Accenture GmbH
Jens Derksen
Campus Kronberg 1
61476 Kronberg im Taunus
Tel.: (06173) 94 61 393
E-Mail: jens.derksen@accenture.com

Originaltext:

Accenture GmbH

Pressemappe:

<http://www.presseportal.de/pm/39565/accenture-gmbh>

Pressemappe als RSS:

http://presseportal.de/rss/pm_39565.rss2