

Bildqualität bleibt wichtigstes Kriterium bei TV-Kauf

Ultra HD wird Standard

Immer mehr Fernsehzuschauer in Deutschland wollen in Ultra HD (UHD) investieren. Das ergibt sich aus den ersten Ergebnissen des HD+ Ultra HD Monitors 2018. Demnach wird in neun von zehn Haushalten, die den Kauf eines neuen Fernsehers erwägen, über die Anschaffung eines UHD-Gerätes nachgedacht. Während 52 Prozent der Befragten bereit wären, für Programme in UHD-Qualität extra zu zahlen, besteht beim Programmangebot noch Informationsbedarf.

Für die von S&L Research im Auftrag von HD+ durchgeführte repräsentative Untersuchung wurden vom 8. bis 12. November 2018 1005 Konsumenten über 16 Jahren mit Wohnsitz in Deutschland nach ihrer Einschätzung von Ultra HD, UHD bzw. 4K gefragt. Die Ergebnisse zeigen, dass HD-Fernseher im Weihnachtsgeschäft weiter an Bedeutung gewinnen werden, und zwar nicht nur in diesem Jahr, sondern auch 2019: 43 Prozent der Befragten bezeichnen den Kauf eines neuen Fernsehers in den nächsten 12 Monaten als „sehr wahrscheinlich“ oder „wahrscheinlich“, für 91 Prozent dieser Kaufinteressierten gilt das auch für ein Gerät mit UHD-Auflösung. Bei den Ver-

kaufsargumenten gab es wenige Überraschungen: Wichtigstes Kriterium beim Neukauf eines Fernsehers sind die Bildqualität (69 Prozent), gefolgt vom Preis (67 Prozent) und der Bildschirm-Größe (62 Prozent). Von den 15 Prozent der Befragten, die den Kauf eines TV-Gerätes für „sehr wahrscheinlich“ halten, bezeichnen 73 Prozent es auch als „sehr wahrscheinlich“, dass dieses Gerät UHD-fähig ist. Wenn man die von der Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung ermittelten 38,8 Millionen TV-Haushalte zu Grunde legt, entspricht alleine diese Konsumentengruppe einem engen Potenzial von etwa 4,2 Millionen Interessenten für UHD-Fernseher in den nächsten zwölf Monaten. „UHD ist endgültig im Massenmarkt angekommen“, kommentierte Timo Schneckenburger, Geschäftsführer Marketing und Vertrieb bei HD+. „Bis Ende 2019 werden in Deutschland mehr als 13 Millionen UHD-Geräte verkauft sein. Die Zuschauer wollen ihren neuen UHD-Fernseher natürlich optimal nutzen und erwarten deshalb auch Programminhalte in UHD. Für Angebote in UHD-Qualität sind sie auch bereit, extra zu zahlen.“

Hohe Zahlungsbereitschaft für UHD-Programme

Laut der Studie wäre die Hälfte der Fernsehzuschauer in Deutschland (52

Prozent) bereit, für TV-Programme in besserer Bildqualität Geld auszugeben. 14 Prozent würden bis zu 3 Euro im Monat für UHD zahlen, 18 Prozent zwischen 3 und 6 Euro, 8 Prozent zwischen 6 und 9 Euro, 7 Prozent zwischen 9 und 12 Euro und 5 Prozent mehr als 12 Euro. Damit ist jeder fünfte Haushalt bereit, 6 Euro und mehr pro Monat für Programme in UHD zu zahlen. „Die Zahlungsbereitschaft für hochauflösendes Fernsehen ist groß“, betonte Schneckenburger. „Bei UHD ist sie sogar deutlich ausgeprägter als seinerzeit bei der Einführung von HD. Das deckt sich mit anderen Untersuchungen, die davon ausgehen, dass die Bereitschaft der deutschen Zuschauer steigt, für gutes Fernsehen extra zu zahlen. Neben den Inhalten im Pay-TV betrifft das auch die Zahlungsbereitschaft für exzellente Bildqualität und ein eindrucksvolleres TV-Erlebnis.“

Der grundsätzlich breiten Nachfrage stehen aus Sicht von Schneckenburger aber noch einige Entwicklungsbarrieren entgegen. „Natürlich fehlt es immer noch an UHD-Inhalten der Sender“, erklärte der HD+ Manager. „Aber hier zeichnet sich ein positiver Trend ab. Ärgerlich ist, dass viele Zuschauer nicht wissen, wer UHD anbietet. Es herrscht noch viel Aufklärungsbedarf in puncto scharfes Fernsehen. Fernsehen in UHD ist für fast alle, die es gesehen haben, beeindruckend. Es wäre schade, wenn das Erlebnis an der

Kommunikation scheitert.“ Über TV-Spots und Online-Kampagnen hinaus wird HD+ deshalb in den nächsten Wochen auch im Print-Bereich für UHD werben, unter anderem mit Beiheftern in großen Publikumszeitschriften.

Neben mehr als 60 Sendern in HD bietet der TV-Dienst seinen Kunden mit Travelxp 4k und UHD1 by Astra/HD+ auch zwei Ultra HD-Sender an. Travelxp 4k ist der weltweit erste Reisesender, der seine Programme in Ultra HD HDR produziert und ausstrahlt, UHD1 by Astra/HD+ ist einer der ersten 24/7 Demokanäle für Ultra HD. Tagsüber unterstützt er mit seinen Inhalten den Fachhandel dabei, den Kunden die faszinierende Ultra HD-Qualität zu demonstrieren. Abends präsentiert der Kanal den HD+ Abonnenten exklusive Inhalte aus den Bereichen Doku, Lifestyle, Action und Chillout sowie die UHD-Events der Sender.

Unsicherheiten beim Angebot

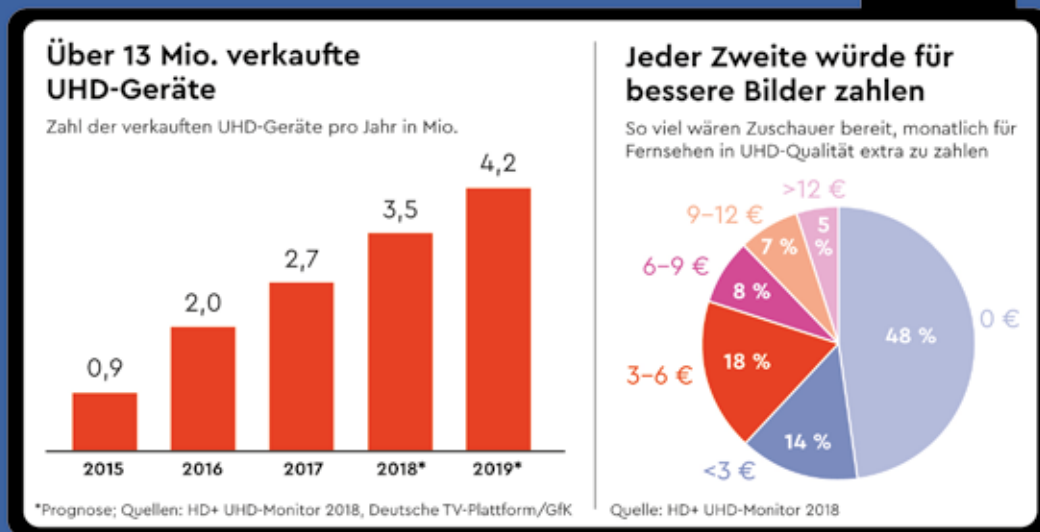
Große Unsicherheit und Unkenntnis herrscht beim Blick auf die bestehenden UHD-Angebote der Sender. Bei der Frage nach UHD-Anbietern nannten 20 Prozent der Befragten Sky, gefolgt von RTL (19 Prozent), ZDF (18 Prozent) ProSieben (17 Prozent), SAT.1 (15 Prozent), UHD1 (12 Prozent) sowie kabeleins und RTL II (beide 11 Prozent). Genannt wurden aber auch Sender, die gar kein UHD-Angebot haben. Die entsprechenden Werte bewegen sich meist im einstelligen Prozentbereich. Größter Ausreißer sind die ARD, bei der 17 Prozent fälschlicherweise ein UHD-Angebot vermuten, und Vox (13 Prozent).

Das Wissen über die Vorteile eines UHD-Gerätes ist sehr unterschiedlich. 79 Prozent der Befragten nennen die bessere Bildqualität,

52 Prozent bessere Farben und Kontraste. Aber nur 27 Prozent wissen, dass sie dank UHD auch einen größeren Fernseher in ihrem Wohnzimmer platzieren können, weil der Sitzabstand zum TV-Gerät aufgrund der hohen Bildauflösung bei UHD praktisch keine Rolle mehr spielt.

„Noch immer glaubt die große Mehrheit der TV-Zuschauer, dass ihr Wohnzimmer für einen wirklich großen Fernseher zu klein ist“, sagte Schneckenburger. „Dieses Vorurteil kommt noch aus der Zeit der Röhengeräte, wo es Faustregeln gab wie: Sitzabstand gleich vier Mal Bildschirmdiagonale. Das ist überholt, denn durch die bessere Auflösung von UHD-Fernsehern reicht zum Beispiel bei einem 55 Zoll-Gerät ein Sitzabstand von 1,5 bis 2 Metern, bei einem 65-Zoll-Gerät von 2,5 Metern aus. Hier kann der Fachhandel zur Aufklärung der Kunden beitragen.“

TV-Zuschauer in Deutschland: Startklar und zahlungsbereit für ultrascharfes Fernsehen (UHD)



Mehr Infos: hd-plus.de/UHD

Mehr als die Hälfte der Kunden wäre bereit, für Programme in UHD extra zu bezahlen.