

DMB-Projekt MI FRIENDS – Ergebnisse der Begleitforschung München

Studie im Auftrag der Bayerischen Landeszentrale
für neue Medien (BLM)

München, März 2007

BLM Schriftenreihe Band 86

Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM)
München


Verlag Reinhard Fischer

Inhalt

Executive Summary	17
Einleitung	29
Aufbau des Berichts	31
1. Methode und Durchführung der Studie	33
2. Das Teilnehmersample	37
Mobilfunknutzung	41
Mediennutzung	43
Mobile Mediennutzung	45
TV-Nutzung	47
3. Erwartungen der Teilnehmer an mobile TV- und Radiodienste	51
Erwartete Nutzungssituationen	52
Antizipierte Nutzungsmotive	54
Erwartete Nutzung des Programmangebots	55
Zahlungsbereitschaft vor dem Test	55
4. Mobile TV-Nutzung in der ersten Testphase	58
Nutzungsintensität während der WM	60
Nutzungsmotive während der WM	63
Nutzungssituationen während der WM	65
Nutzung WM-spezifischer Programmangebote	67
Nutzung nicht WM-spezifischer Programmangebote	70
Mobile Nutzung unterschiedlicher Genres	73
Hohe Nutzungsabsicht von mobilem TV während der WM	75
Erfahrungen mit Handy-Fernsehen während der WM	77

5. Mobile TV-Nutzung in der zweiten Testphase	79
Nutzungsdauer	80
Nutzungsmotive in der zweiten Testphase	82
Nutzungssituationen in der zweiten Testphase	84
Nutzung des Programmangebots in der zweiten Testphase	87
Der Entscheidungsprozess: regelmäßige vs. seltene Nutzung	93
6. Regelmäßige Nutzung von mobilem TV in der zweiten Testphase	97
Nutzungsmuster regelmäßiger Handy TV-Nutzer	99
Regelmäßige Nutzung im Tagesverlauf	108
Nutzungsmuster im Tagesverlauf nach Situationen	110
Nutzungsmuster im Tagesverlauf nach Informations- und Unterhaltungssendungen	113
7. Nutzung von DMB- und DAB-Radioangeboten mit dem Handy	120
Nutzungshäufigkeit des Handy-Radios	121
Nutzungssituationen beim Radiohören	123
8. Welche Inhalte wünschen sich die Teilnehmer?	
Thesen zum Programmangebot	126
Besonderheiten der mobilen TV-Nutzung	130
Neue Angebote, Dienste, Features für mobiles Fernsehen	137
9. Nutzungsabsicht, Zahlungsbereitschaft und Verbesserungswünsche der Teilnehmer	140
Sendegebiet und Empfang	143
Funktionalität und Preis des TV-Handys	145
Der Preis des TV-Handys	147
Programmangebot	148
Preis für mobile TV- und Hörfunkdienste	149
Verzeichnis der Tabellen und Grafiken im Text	152
Literatur	157