

Marktforschungsbericht zum Thema HD

## Das sagen europäische Broadcaster zu HD

Im April und Mai 2004 führte das Marktforschungsinstitut Business Advantage Group im Auftrag von Sony eine Telefonumfrage unter Broadcastern in Deutschland, Frankreich und Großbritannien durch. Nun stellt Sony eine Zusammenfassung der Ergebnisse zur Veröffentlichung bei [www.film-tv-video.de](http://www.film-tv-video.de) zur Verfügung.

TEXT, BILDER: SONY, RHEINFAKTOR

Auch wenn diese Zusammenfassung wissenschaftlichen Ansprüchen vielleicht nicht genügen kann und einige Fragen offen lässt, kann sie doch einen Eindruck über den aktuellen Informationsstand, die Erwartungen und Pläne von Entscheidern innerhalb der größten Broadcast-Märkte Europas geben.

Im folgenden lesen Sie den unveränderten, von Sony zur Verfügung gestellten Text.

### HD-Research April/Mai 2004

Bei den Broadcastern aus Deutschland, Frankreich und Großbritannien ist das HD-Format heute weithin bekannt, und insgesamt herrscht eine große Aufgeschlossenheit dieser neuen Technologie gegenüber – letzteres gilt für Deutschland in besonderem Maße. Zu diesen Ergebnissen kommt eine repräsentative Befragung, die das britische Marktforschungsinstitut Business Advantage Group vom 20. 4. bis 6. 5. 2004 im Auftrag von Sony durchgeführt hat. In strukturierten, etwa 20-minütigen Telefoninterviews wurden aus Deutschland und Großbritannien je 50 sowie aus Frankreich 52 Entscheider zu ihren Erfahrungen mit HD und ihrer Einschätzung des Formats befragt.

### Große Bekanntheit und positives Image

Insgesamt 91 % der Interviewten war der Begriff »High Definition« bekannt – meistens im Zusammenhang mit exzellenten, hochauflösenden Bildern. Die hervorragende Bild-

### Methodology

- Structured telephone interviews conducted across 3 key European markets:
  - France – 52 interviews
  - Germany – 50 interviews
  - UK – 50 interviews
- Interview length approximately 20 minutes
- Respondents' – people in charge of production – company details sourced from MIPTV attendance database, and relevant respondents found within these companies
- Fieldwork took place 20<sup>th</sup> April – 6<sup>th</sup> May 2004

qualität wurde spontan auch am häufigsten als Argument für die HD-Produktion genannt – nämlich von insgesamt 54 % der Befragten, denen HD ein Begriff war. Gleichzeitig zeigt die Studie, dass viele Fernsehschaffende – hier 46 % – die Kosten einer HD-Produktion als noch zu hoch einschätzen. Dass HD jedoch umgekehrt auch Kostenvorteile mit sich bringen kann, meinten immerhin 7 % aus dieser Gruppe: Sie gaben als Argument für HD an, dass Produktionen mit HD auf Dauer kosteneffizienter seien als mit alternativen Formaten.

Unter einer Reihe zusätzlicher Argumente für HD, die den Befragten zur Auswahl gestellt wurden, bewerteten insbesondere die deutschen Interviewpartner die beiden folgenden als die treffendsten: 1. HD bietet eine

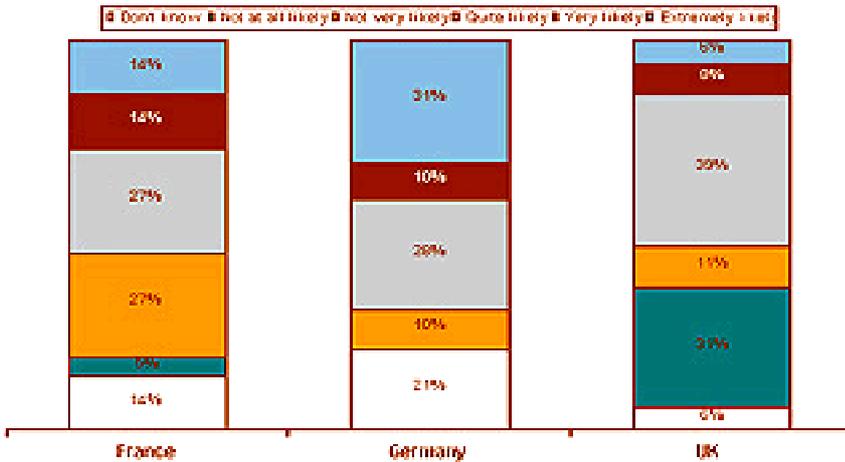
bessere Wiedergabequalität, auch bei SD-Ausstrahlung; 2. HD bietet bessere internationale Vermarktungsmöglichkeiten.

### HD in Deutschland: noch nicht flächendeckend bekannt, aber schon vielfach im Einsatz

Interessanterweise war die Kenntnis von HD unter den deutschen Befragten vergleichsweise gering verbreitet: Während 98 % der französischen und 94 % der britischen Teilnehmer den Begriff kannten, war er »nur« 80 % der deutschen Befragten geläufig. Dies liegt in der Tatsache begründet, dass die Produktionsstätten hierzulande auf viele Städte verteilt sind, während Frankreich und Großbritannien mit Paris und London



## Likelihood to Make HD Production in Next 3 Years



Among those who have not yet used HD, German respondents are significantly more likely to consider using it in the next 3 years.

Base: Those never used HD: France-44, Germany-29, UK-36

eindeutige Zentren haben. Dadurch können die Broadcaster dort zum Beispiel mit Informationsveranstaltungen zum Thema HD leichter und um-

der britischen Kollegen. Insgesamt wurden von ihnen mit 47 % überwiegend Dokumentation in HD gedreht, gefolgt von Werbung (14 % der HD-



eine Ausrichtung auf zukünftige Produktionsweisen an, 7 % die größere Kosteneffizienz und 7 % die besseren Verkaufschancen, insbesondere nach Asien.

### Deutsche Broadcaster zeigen das größte konkrete Interesse an HD-Produktionen

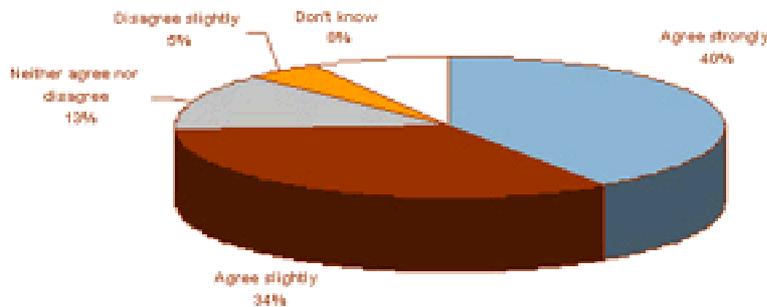
Auch unter den Gesprächsteilnehmern, die noch nicht in HD produziert hatten waren die Deutschen dem Einsatz des Formats gegenüber am aufgeschlossenen: Insgesamt 69 % von ihnen hielten es für wahrscheinlich, dass sie in den nächsten drei Jahren in HD produzieren würden – 31 % hielten es sogar für extrem wahrscheinlich und 10 % für sehr wahrscheinlich. Unter den Franzosen glaubten insgesamt 55 %, dass sie in nächster Zeit in HD filmen würden, und unter den Briten 53 %.

### HD: das Format der Zukunft

Auf die Frage, ob HD das Format der Zukunft sei, antworteten insgesamt 73 % aller Befragten zustimmend, weitere 13 % äußerten sich unentschieden. Nur 5 % hatten gewisse Zweifel an dieser Tendenz. Als Antrieber des erwarteten Wachstums wurden vor allem die sinkenden Preise für HD-Equipment, die wachsende Verbreitung großformatiger TV-Geräte, die technologische Neuausrichtung der Produktionsfirmen sowie die steigende Nachfrage bei den Sendeanstalten genannt. Viele der deutschen Interviewteilnehmer räumten in diesem Zusammenhang außerdem dem Einfluss der europäischen Gesetzgebung große Bedeutung ein – mit 74 % lagen sie hiermit deutlich vor den Franzosen (48 %) und Briten (24 %).

## Is HD Format For Future?

The majority of respondents believe that the future format for TV production will be HD – although they cannot as yet fully verbalise their reasons for this assertion further than the improvement in quality.



Reasons for agreement	%
Will become the norm	26
New technology	11
If new products better than old, then must change	9
Improved picture quality	12
Best quality picture	7
Everyone wants to produce the best	7

Base: All respondents-152



fassender angesprochen werden als in Deutschland.

Trotz dieser Zahlen waren unter den deutschen Interviewten bei weitem die meisten Broadcaster zu finden, die schon eine HD-Produktion hinter sich hatten, nämlich 42 % aller deutschen Befragten gegenüber nur 15 % der französischen und 28 %

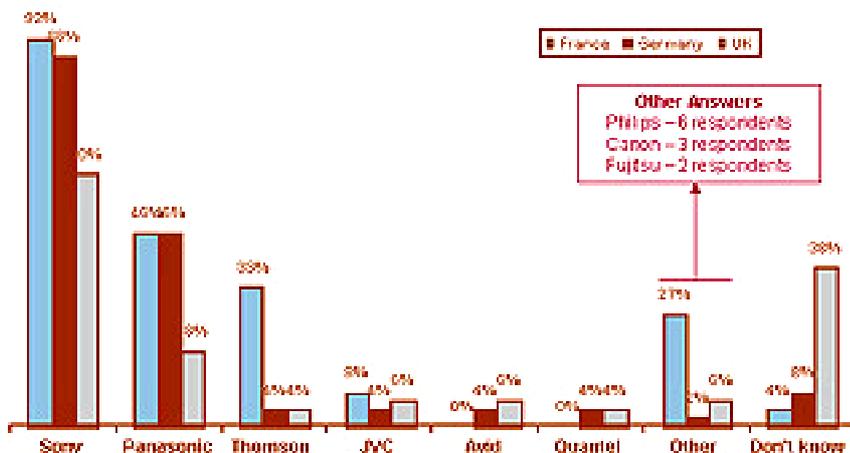
Produktionen), Spielfilmen und Musikproduktionen (je 12 %) sowie Sportaufzeichnungen (9 %), Kinofilmen (7 %) und Live-Events (5 %). Als Gründe für die Entscheidung, in HD zu produzieren, nannten 23 %, dass sie die neue Technologie ausprobieren wollten, und 19 % entsprechende Anforderungen ihrer Kunden. 9 % gaben

### Sony mit Abstand bekanntester HD-Hersteller

Bei der freien Nennung von Herstellern von HD-Equipment, fiel bei den Teilnehmern aus allen drei Nationen der Name Sony mit großem Abstand am häufigsten: Er wurde von 88 % der Deutschen, 92 % der Franzosen und 60 % der Briten genannt. Es folgen Panasonic (46 %, 46 %, 18 %) sowie – schon weit abge-

Dieser Artikel wurde aus dem Online-Dienst www.film-tv-video.de kopiert. Der Artikel und Ausdrücke davon sind nur für den persönlichen Gebrauch von registrierten Nutzern des Online-Dienstes www.film-tv-video.de bestimmt. Alle Nutzer haben bei der Registrierung den Nutzungsbedingungen von www.film-tv-video.de zugestimmt, die das Kopieren und Weiterverbreiten untersagen. Keine Gewähr für Vollständigkeit und Richtigkeit, keine Haftung für Fehler und Irrtum.

### Brands Producing HD Equipment



Sony is significantly more likely to be mentioned than other brands as a producer of HD equipment in each market. In the UK, however, respondents are significantly less likely to be able to name any brand.



Base: All respondents: France-52, Germany-50, UK-50

schlagen – Thomson (4 %, 33 %, 4 %), JVC (4 %, 8 %, 6 %), Avid (4 %, 0 %, 6 %) und Quantel (4 %, 0 %, 4 %).

die konkrete Bereitschaft, mit HD zu drehen, bereits stark ausgeprägt. Drei Viertel der Befragten halten HD für das Format der Zukunft, das in den nächsten Jahren erheblich an Bedeutung gewinnen wird. Unter den Herstellern von HD-Geräten ist Sony in Deutschland, Frankreich und Großbritannien bei weitem am bekanntesten.

#### Fazit

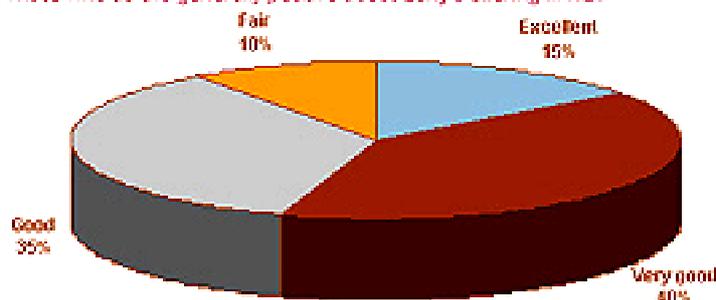
Zusammenfassend lässt sich sagen, dass das Thema HD den weit-aus größten Teil der Broadcaster beschäftigt. Obwohl von den befragten Broadcaster aus Deutschland mit 20 % verhältnismäßig viele angaben, den Begriff HD nicht zu kennen, ist unter ihren Landsleuten die Erfahrung bzw.



### Opinion of Sony HD

Over half of respondents who know Sony produces HD cannot give an opinion of it, due to lack of specific knowledge.

Those who do are generally positive about Sony's offering in HD.



Reasons for positive opinion	%
Good package from Sony	15
Trust Sony	15
High quality	10
Sony products generally good quality	8
Good value for money	8



Base: Those giving opinion of Sony HD- 52

Dieser Artikel wurde aus dem Online-Dienst www.film-tv-video.de kopiert. Der Artikel und Ausdrücke davon sind nur für den persönlichen Gebrauch von registrierten Nutzern des Online-Dienstes www.film-tv-video.de bestimmt. Alle Nutzer haben bei der Registrierung den Nutzungsbedingungen von www.film-tv-video.de zugestimmt, die das Kopieren und Weiterverbreiten untersagen. Keine Gewähr für Vollständigkeit und Richtigkeit, keine Haftung für Fehler und Irrtum.