

Modernisierungs

7-8/2016

Für Baugesellschaften
Neubau und Bestand

Magazin

modernisierungs-magazin.de

DAS FACHMAGAZIN FÜR FÜHRUNGSKRÄFTE IN DER WOHNUNGSWIRTSCHAFT

 **SOLARLUX®**



Verlags-Marketing Stuttgart GmbH · Postfach 102744 · 70023 Stuttgart
Deutsche Post AG · Entgelt bezahlt · PVSt · E 11401 F · ISSN 0943-528X

15

Viele Rechtsfragen
zum Balkon:
Balka(o)n-Zustände

44

Genossenschaftliches Bauen
in der Innenstadt:
Der Neubau in Gothas Brühl

47

Mediennutzung 2016,
gerade bei Mietern: Media-
theken auf dem Vormarsch

Vor allem Kinder und Jugendliche nutzen Online-Videotheken und Videoportale

SKUMERFOTOLIA

Mediennutzung 2016, gerade bei Mietern: Jederzeit und überall

Mediatheken auf dem Vormarsch

Der Ehemann verfolgt das Länderspiel live im Fernsehen, seine Frau sieht derweil den ZDF-Spielfilm, den sie am letzten Mittwoch verpasst hat. Und die Kinder gucken sich ihre Stars auf Youtube an. So sieht Mediennutzung im Jahr 2016 aus. Was bedeutet diese Entwicklung für die Wohnungswirtschaft? Die Firma Analyse & Konzepte (Hamburg) hat im Auftrag von Vodafone Kabel Deutschland hierzu eine repräsentative Umfrage unter deutschen Mietern durchgeführt. Das Ergebnis: Der Fernseher bleibt zwar das meistgenutzte Empfangsgerät, allerdings spielt das zeitversetzte Fernsehen schon jetzt eine sehr wichtige Rolle. Damit steigen die Anforderungen an die Qualität der Internet-Verbindung und die Verfügbarkeit in den verschiedenen Räumen der Wohnung. Gleichzeitig wünschen die Mieter sich eine einfache Handhabung der Technik.

Die Umfrage zeigt deutlich: Das zeitversetzte Fernsehen ist in der Mitte der Gesellschaft angekommen. So nutzt mehr als die Hälfte aller befragten Haushalte bereits zeitversetztes Fernsehen und schaut Filme, Serien und TV-Sendungen unabhängig vom laufenden Programm. Dabei haben die Mediatheken der Fernsehsender etwa die gleiche Bedeutung wie Online-Videotheken und Videoportale – wie zum Beispiel Youtube – zusammen.

54 Prozent der Befragten nutzen Mediatheken, weitere 5 Prozent haben Interesse an einer zukünftigen Nutzung. Die Angebote der öffentlich-rechtlichen Sender werden hier etwas häufiger wahrgenommen als die der privaten. Für die Mediatheken sprechen in den Augen der Mieter die selbstbestimmte Auswahl des Programms und die Möglichkeit, verpasste Sendungen nachträglich anzuschauen.

62 Prozent der Mieter sind bereits Kunde von Online-Videotheken wie Netflix und Watchever, oder sie nutzen Videoportale

wie Youtube. Hieran schätzen sie ebenfalls die Selbstbestimmtheit. Unterschiede gibt es aber im Hinblick auf die Inhalte: Während Mediatheken insbesondere den Informationsbedarf der Zuschauer decken, dienen Online-Videotheken und -portale in erster Linie der Unterhaltung.

22 Prozent der Mieter würden auch Geld dafür bezahlen, jederzeit das sehen zu können, was sie möchten. 17 Prozent denken sogar, dass sie künftig auf das klassische Fernsehen ganz verzichten können. Auch für eine schnelle und stabile Übertragung würden 15 Prozent der Haushalte mehr bezahlen. Die Anzahl der Fernsehprogramme ist jedem zweiten Befragten wichtig oder sehr wichtig.

In Bezug auf die Inhalte ist klar: Mieter möchten möglichst wenige Werbepausen. Für 78 Prozent ist dies sehr wichtig oder zumindest eher wichtig. Außerdem wünschen sie sich eine gute und aktuelle Programmübersicht.

Gefragt: Einfache Anwendung

Bei der Technik, mit der die Mieter das zeitversetzte Fernsehen empfangen, hat der digitale Recorder (noch) die Nase vorn. Er wird gefolgt von Videoportalen, DVD/Blu-ray und VHS, Mediatheken und Online-Videotheken. 90 Prozent aller Mieter finden eine gute Bild- und Tonqualität wichtig oder sogar sehr wichtig. Hierauf können die Vermieter Einfluss nehmen, indem sie eine gute Übertragungskette vom Sender über den Kabelnetzbetreiber bis zum Haus und zur einzelnen Wohnung sicherstellen. Um große Datenmengen zu transportieren, ist die Kombination von hochleistungsfähiger Glasfaser mit effizienten, flexibel anpassbaren Koaxialleitungen im Breitband-Kabelnetz besonders leistungsstark und zuverlässig.

71 Prozent der Mieter möchten außerdem möglichst wenig technische Geräte im Einsatz haben. Auch sonst legen sie Wert auf unkomplizierte Lösungen: Die Mehrheit wünscht sich eine intuitive Bedienbarkeit der Geräte und Anwendungen, möglichst nur ein Portal für alle Inhalte und eine einfache Anmeldung. Diesem Wunsch kommen

Triple-Play-Lösungen entgegen, also Fernsehen, Internet und Telefon aus einer Hand.

Der Fernseher bleibt das beliebteste Empfangsgerät

Egal, ob klassisch oder on demand: Das liebste Empfangsgerät ist den deutschen Mietern immer noch der Fernseher. Entsprechend ist in 99 Prozent aller Mietwohnungen ein TV-Gerät vorhanden. 43 Prozent haben sogar zwei oder mehr Fernseher. Nahezu alle Mieterhaushalte möchten auch in Zukunft Filme und Programme mit dem Fernseher empfangen und schauen. 21 Prozent verwenden zumindest gelegentlich einen PC, gefolgt von Laptop und Tablet. Smartphones und Apps spielen hingegen kaum eine Rolle.

Internet-Zugang überall in der Wohnung

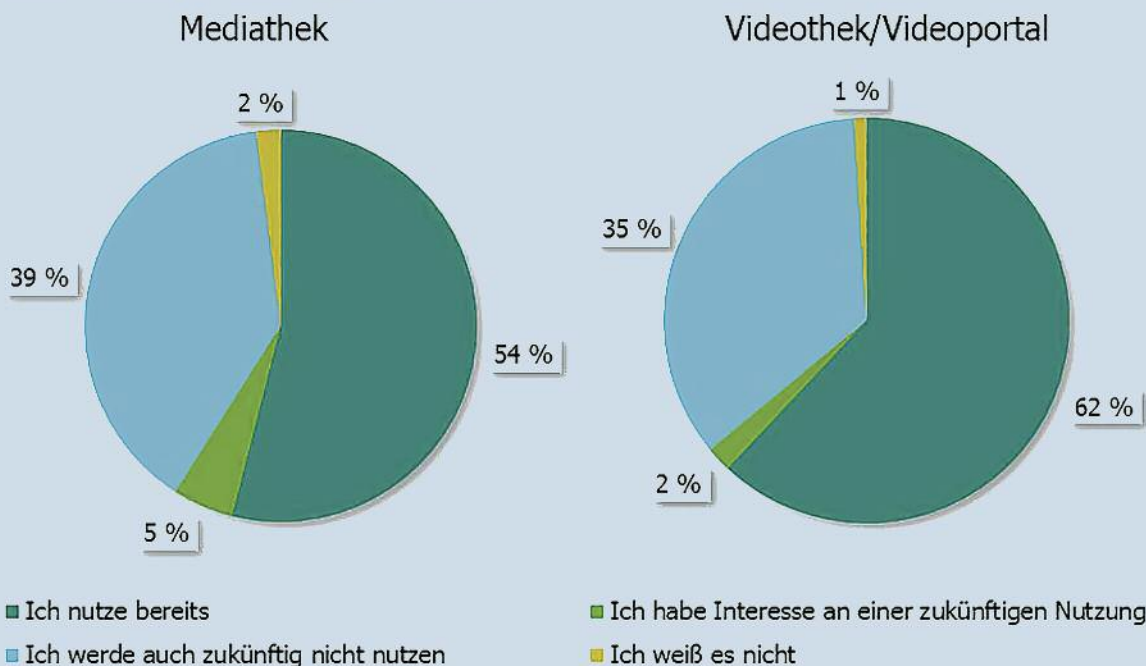
Einen Internetzugang haben bereits 89 Prozent der befragten Mieter. Die Mehrzahl dieser Haushalte nutzt WLAN. Mit der Netzqualität und den Anschlüssen in der Wohnung sind 78 Prozent zufrieden oder sogar sehr zufrieden. 5 Prozent der Befragten finden das Internet allerdings zu



langsam. 7 Prozent hätten gern mehr Anschlüsse in der Wohnung.

Die meisten Befragten, die nur teilweise zufrieden oder sogar unzufrieden mit der Ausstattung ihrer Wohnung in Bezug auf das Fernsehen sind, nennen folgende Gründe: zu wenige Anschlussdosen, Stö-

Mediatheken haben eine ähnliche Bedeutung wie Online-Videotheken und Videoportale zusammen.



Quelle: Medienverhalten verschiedener Zielgruppen
www.analyse-konzepte.de

ANALYSE & KONZEPTE



Beispiel Familie: höchste Nachfrage nach Pay-TV-Angeboten, Bild- und Tonqualität sehr wichtig, sehr hohe Zahlungsbereitschaft

Fazit

Mieter genießen heute den selbstbestimmten Medienkonsum und stellen hohe Ansprüche an die verfügbaren Medien. Deshalb erwarten sie eine zuverlässige und erstklassige TV- und Internet-Verbindung. Dies ist bei der Auswahl des Telekommunikationsdienstleisters und -produkts unbedingt zu berücksichtigen. Zwar ist der Fernseher immer noch das meistgenutzte Empfangsgerät, aber seine Alleinstellung als Haushaltsmittelpunkt hat er verloren. Auch außerhalb des Wohnzimmers wünschen sich Mieter heute einen störungsfreien TV- und Internet-Zugang. Dies ist insbesondere dann zu bedenken, wenn Wohnungen neu geplant oder modernisiert werden. Für eine einfache Bedienbarkeit bieten Triple-Play-Produkte eine gute Grundlage, die Fernsehen, Internet und Telefon vereinen.

MONKEY BUSINESS/FOTOLIA

rungen, die Auswahl an Sendern und Programmen sowie eine unzureichende Bildqualität oder schlechter Empfang.

Welchen Medienbedarf haben welche Mieter?

Unterschiedliche Zielgruppen haben unterschiedliche Gewohnheiten und Bedarfe. So nutzen das zeitversetzte Fernsehen überdurchschnittlich häufig die Haushalte mit kommunikativem, häuslichen und anspruchsvollem Wohnkonzept. Die Mediatheken der öffentlich-rechtlichen Sender liegen in der Gunst der kommunikativen Haushalte besonders weit vorn, während Haushalte mit funktionalem Wohnkonzept lieber die Mediatheken der privaten Fernsehsender nutzen. Online-Videotheken und Videoportale finden bei kommunikativen und häuslichen Haushalten großen Zuspruch.

Neben dem klassischen TV-Gerät nutzen kommunikative und funktionale Haushalte überdurchschnittlich häufig einen stationären PC, um TV-Inhalte zu sehen. Tablets sind dagegen bei häuslichen und anspruchsvollen Haushalten weiter verbreitet. Smartphones werden von häuslichen und funktionalen Haushalten intensiv genutzt.

Die Zahlungsbereitschaft für TV-Angebote ist bei Familien mit häuslichem Wohnkonzept am stärksten ausgeprägt. Ihnen ist auch die Bild- und Tonqualität überdurchschnittlich wichtig. Familien mit anspruchsvollem Wohnkonzept sind ebenfalls bereit, Geld für Inhalte zu bezahlen. Sie legen aber mehr Wert auf die intuitive Bedienbarkeit der Angebote. Außerdem möchten sie mehrere Empfangsgeräte

gleichzeitig nutzen können. Dasselbe trifft zu für anspruchsvolle Singles und Paare ab 65 Jahren.

Für ältere Singles und Paare mit bescheidenem Wohnkonzept ist hingegen auch künftig das klassische Fernsehen noch sehr wichtig. Sie möchten dafür kein Geld zahlen, haben aber auch kaum Ansprüche an die technischen Geräte und die Empfangsqualität.

Bei der konkreten Ausgestaltung von Telekommunikationsanlagen in Mietwohnungen ist immer auch das Wohnkonzept der Mieter zu berücksichtigen. Denn es zeigt sich, dass die verschiedenen Zielgruppen in der Mediennutzung durchaus unterschiedliche Prioritäten setzen.

www.analyse-konzepte.de



Die Autorin

Bettina Harms-Goldt (57) ist Geschäftsführerin Analyse & Konzepte GmbH in Hamburg. Nach dem Studium der Soziologie war sie von 1986 bis 1993, zuletzt als Prokuristin, bei der Gewos GmbH (Hamburg) tätig. Im Mittelpunkt standen Analysen von Wohnungsmärkten, insbesondere der demografischen Entwicklung und Nachfragewünsche. 1993 gründete sie mit Karsten Goldt und Matthias Klupp die Firma Analyse & Konzepte GmbH. Seitdem hat die GmbH bundesweit mehr als 200 Unternehmen, Verbände sowie Landes- und Bundesministerien beraten. Das Spektrum der 25 Mitarbeiter reicht von der Analyse regionaler Wohnungsmärkte, Gutachten zur Entwicklung der Kosten der Unterkunft (SGB II) und Portfolioentwicklung bis zur Organisationsberatung für Wohnungsunternehmen. Bettina Harms-Goldt ist bundesweit in der strategischen Beratung von Wohnungsunternehmen tätig. Ihr besonderes Interesse gilt den zukünftigen Herausforderungen der Wohnungswirtschaft. Die gebürtige Hamburgerin begleitete 2002 bis 2004 die Expertenkommission Wohnungsgenossenschaften inhaltlich und organisatorisch. In Zusammenarbeit mit Inwis (Ruhr-Uni Bochum) wirkte sie maßgeblich an den „Wohntrends 2020 und 2030“ (2009/2014) und „Unternehmenstrends 2020“ (2011) mit, die als Branchenbericht des GdW (Bundesverband deutscher Wohnungs- und Immobilienunternehmen) erschienen sind. Für den Verband Norddeutscher Wohnungsunternehmen hat Analyse & Konzepte im Jahr 2011 die Zukunftswerkstatt Agenda 2025 veranstaltet.