

Nutzerforschung Subprojekt München

Heidemarie Hanekop,
Soziologisches Forschungsinstitut an der Universität Göttingen (**SOFI**)

Nutzerforschung Subprojekt München - Ausgangsbedingungen

- Frühes Entwicklungsstadium der neuen TV und Radio Dienste fürs Handy
 - Dienst und Inhaltsangebote der Projektteilnehmer (erheblich) vor Marktreife, auch Servicekonzepte und Programmformate noch weitgehend offen
 - Gleichzeitig Markteinführung durch MFD, Servicekonzept basiert auf 1zu1 Übertragung von 4 TV-Programmen
- Frühe Phase der Adoption des Dienstes durch Nutzer
 - Nutzungsformen von TV am Handy offen (z.b. Situationen, Orte, Zeitmuster)
 - Kundenanforderungen an Geräte, Services, Inhalte bilden sich
- Start geprägt durch mediales Großereignis (WM)
 - Außergewöhnliches Interesse an jederzeit/überall verfügbarem TV
 - Erwartbar hohe Nutzung, aber Konzentration auf bestimmte Inhalte
 - Chance Adoptionsprozess in frühem Stadium empirisch zu greifen (Großereignis als Treibhauseffekt)
 - Zeitliche Rahmenbedingungen: Teststart vor WM, Dauer zunächst 20.08, verlängert auf Anf. Aug.)

Nutzerforschung Subprojekt München - Ausgangsbedingungen

- Anforderungen an Nutzerforschung
 - Beschreibung von Nutzungserfahrungen und -anforderungen
 - Akzeptanz von TV- und Radiodiensten am Handy durch Kunden, Faktoren für Akzeptanz herausarbeiten
 - Prognose zukünftiger Kundenanforderungen an die im Entwicklungsprozess befindlichen Service- und Inhaltsangebote
- Design der Nutzerforschung
 - mehrwöchiger Nutzertest mit einem Leihgerät
 - Nutzungsverhalten im Testverlauf (wo, wann, was, wie)
 - Beurteilung des (konkreten) Dienst- und Inhaltsangebotes
 - Anforderungen der Nutzer an Geräte, Services, Inhalte
 - Art und Weise der Adoption des neuen Dienstes im Testverlauf (wozu, warum)
 - Wünsche/Anforderungen der Nutzer an zu entwickelnde Service- und Inhaltsangebote (basierend auf Erfahrungen im Adoptionsprozess)

Nutzerforschung Subprojekt München

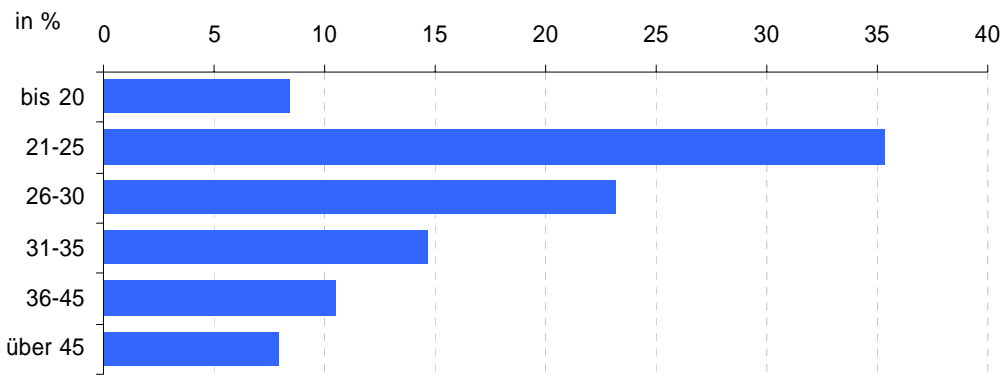
- Nutzertest vom 08.06. bis 03.08.06, 190 Teilnehmer
- Ausgabe der Handys am 08./ 09.06
- Schriftliche Startbefragung zu Beginn des Tests
personenbezogene Angaben, Mediennutzung, Erwartungen an Handy-TV, N=190
- Online Befragung 29.06.06
während der WM, DMB-TV-Nutzung, Bewertung, Usability, N=175
- Online Befragung 12.07.06
unmittelbar nach der WM, DMB-Radio- und TV-Nutzung, WM-Effekt, N=171
- Online Befragung 26.07.06 (Abschlussbefragung)
DMB-TV-Nutzung ohne WM-Effekt, Inhalte, Voraussetzungen für Nutzungsabsicht, N=145, laufend)
- Fokusgruppendifkussionen
(9 Gruppen mit insgesamt 65 Teilnehmern, 19./20.07, 26.07, 02.08., laufend)
- Telefonische Hotline (laufend)
- Online Forum für die Teilnehmer (laufend)
- Rücknahme der Geräte am 26.07., 01./02.08.06

Teilnehmer

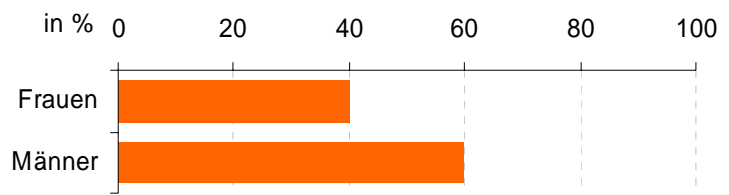
Early Adopter, WM-Interessierte, n=190)



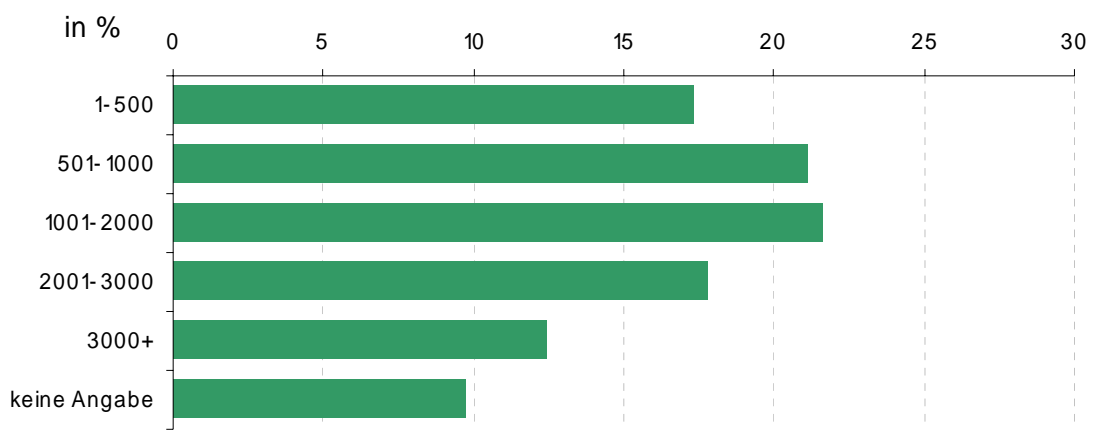
nach Altersgruppen



nach Geschlecht



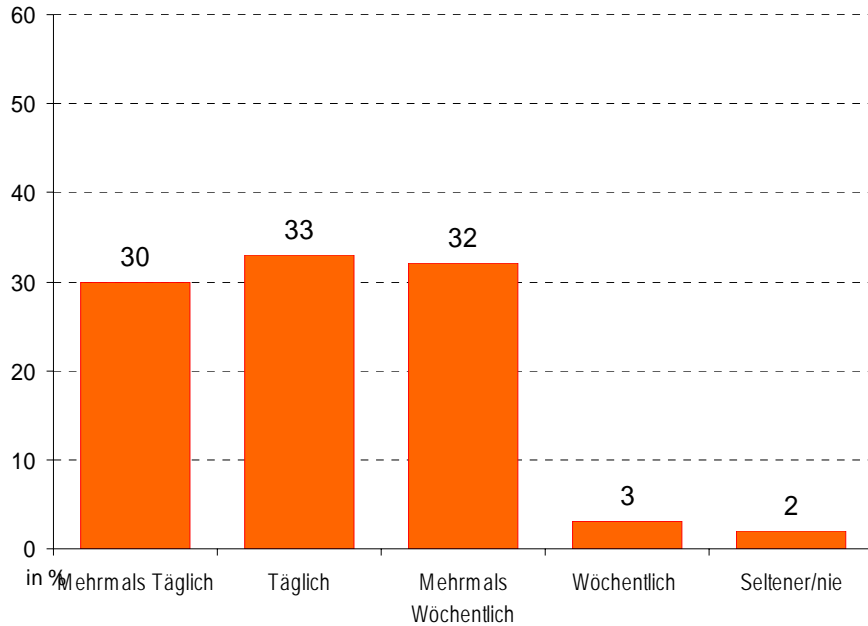
nach Einkommensklassen



Quelle: SOFI 08/06, MIFRIENDS-Nutzerforschung München

Nutzung im Testverlauf

während Großereignis (WM), N=175



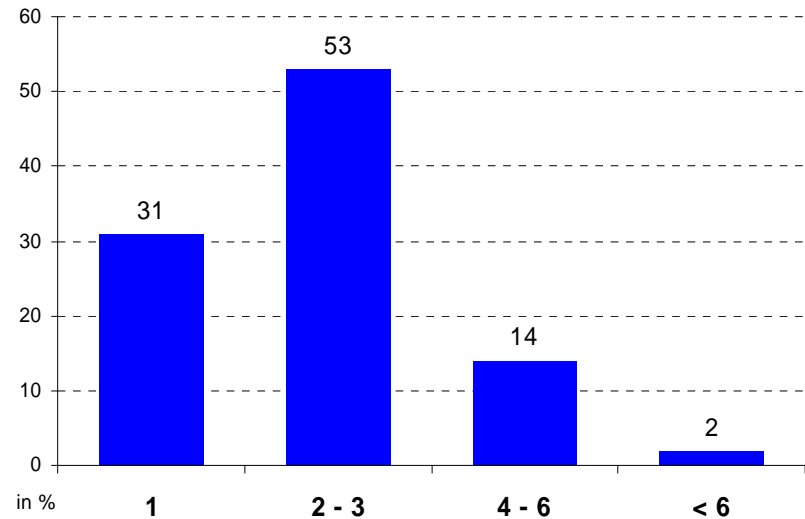
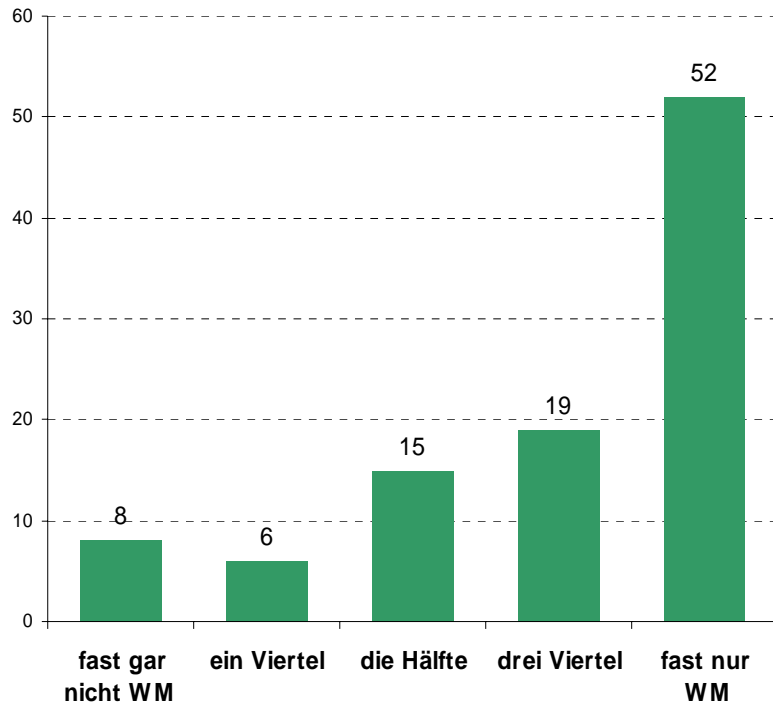
- HandyTV wird intensiv genutzt
- überall und jederzeitige Info entspricht dem Bedarf
- Hohe Akzeptanz

Quelle: SOFI 08/06, MIFRIENDS-Nutzerforschung München

Einfluss der WM als Großereignis auf die HandyTV Nutzung (1)

„Welcher Anteil der Handy-TV Nutzung entfällt in der letzten WM-Woche auf WM-Spiele bzw. die Berichterstattung über die WM?“

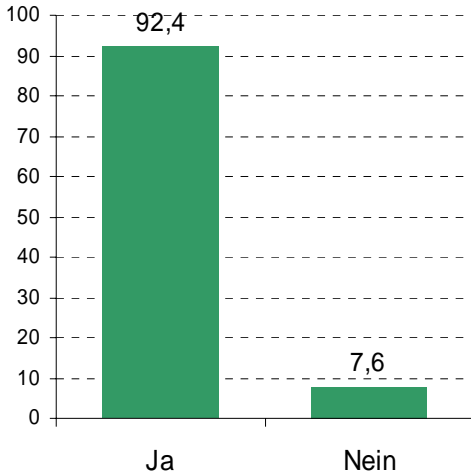
Häufigkeit der Handy-TV-Nutzung pro Tag während der WM



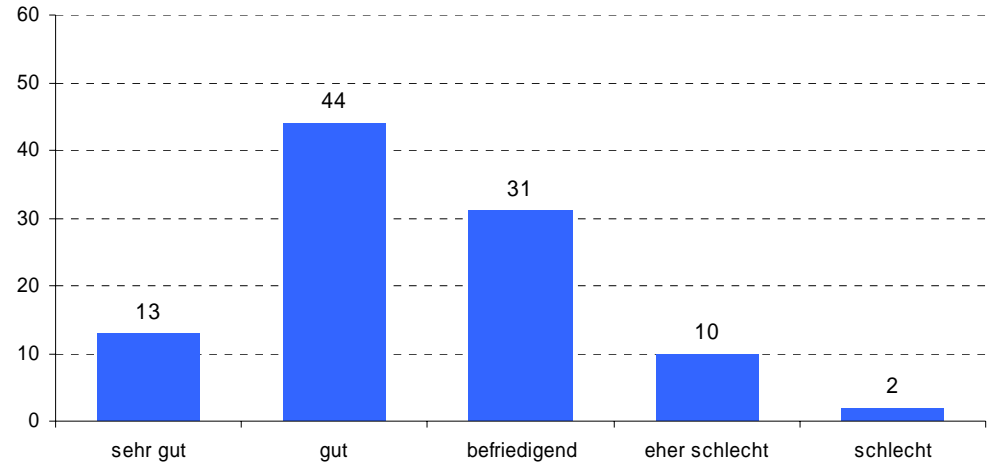
Quelle: SOFI 08/06, MIFRIENDS-Nutzerforschung München

Einfluss der WM als Großereignis auf die HandyTV Nutzung (2)

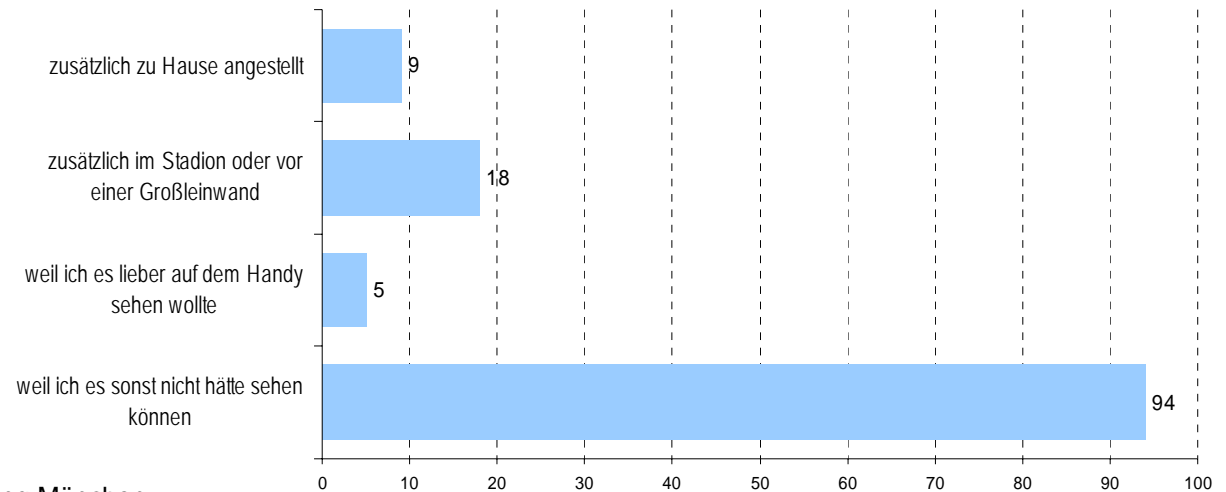
Fußballspiele am Handy angeschaut?



Wie fanden Sie die Fußballspiele am Handy?



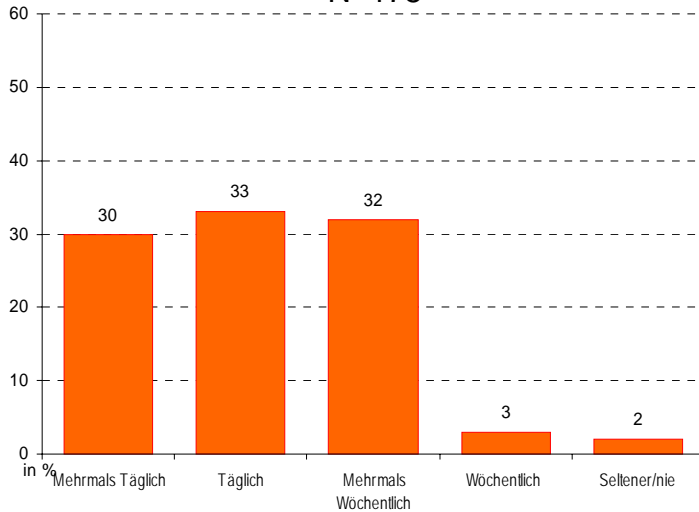
Warum haben Sie Spiele am Handy angeschaut?



Quelle: SOFI 08/06, MIFRIENDS-Nutzerforschung München

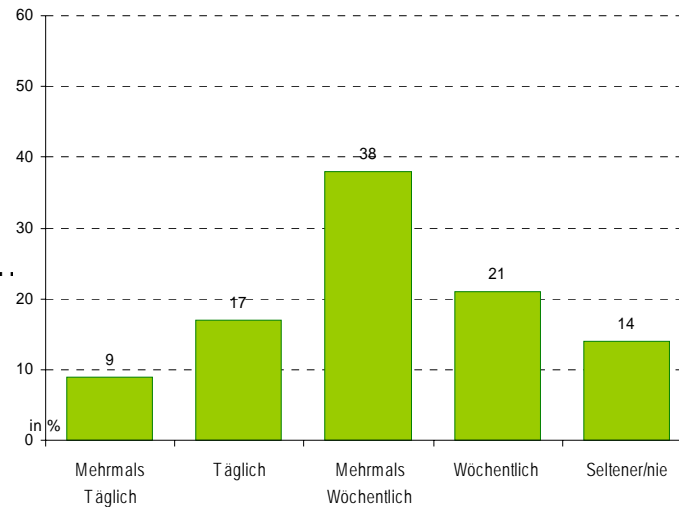
Nutzung im Testverlauf

während Großereignis (WM),
N=175



- HandyTV wird intensiv genutzt
- überall und jederzeitige Info entspricht dem Bedarf
- Hohe Akzeptanz

unmittelbar nach der WM
N=171

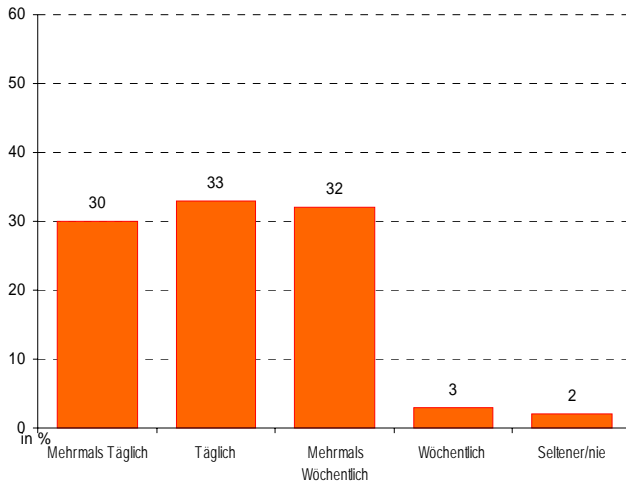


- Nutzung geht auf Normalverteilung zurück
- 1/3 täglich, Alltagsroutinen
- 1/3 Mehrmals wöchentlich, bei Gelegenheit, aber nicht Routine

Quelle: SOFI 08/06, MIFRIENDS-Nutzerforschung München

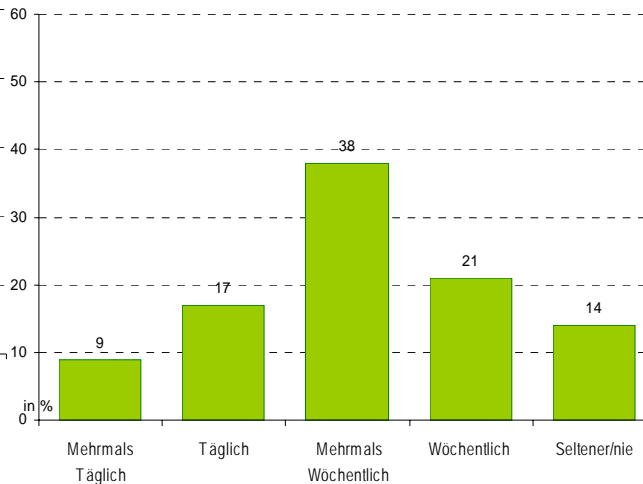
Nutzung im Testverlauf

während Großereignis (WM),
N=175



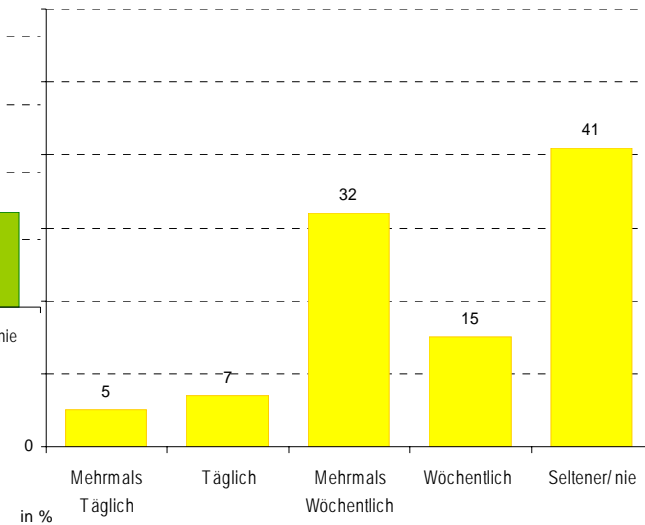
- HandyTV wird intensiv genutzt
- überall und jederzeitige Info entspricht dem Bedarf
- Hohe Akzeptanz

unmittelbar nach der WM
N=171



- Nutzung geht auf Normalverteilung zurück
- 1/3 täglich, Alltagsroutinen
- 1/3 Mehrmals wöchentlich, bei Gelegenheit, aber nicht Routine

nach 7 Testwochen
ohne äußeren Anreiz,
N=145 lfd.

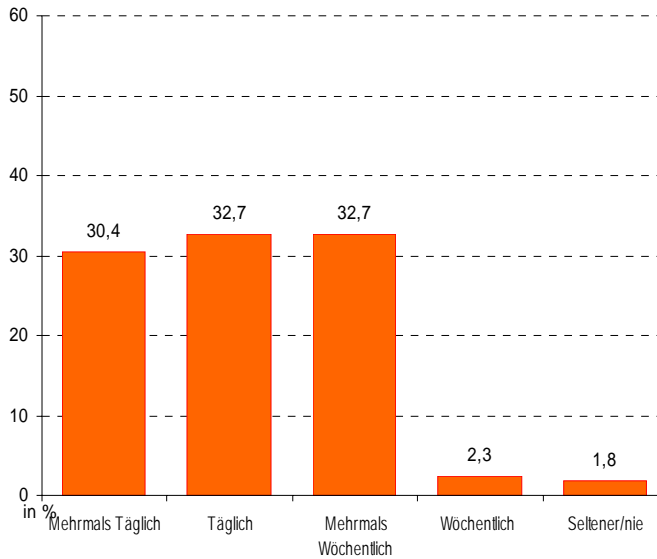


- Interesse eines Teils der Nutzer erlahmt (Nichtnutzung)
- Stabilisierung auf niedrigerem Niveau

Quelle: SOFI 08/06, MIFRIENDS-Nutzerforschung München

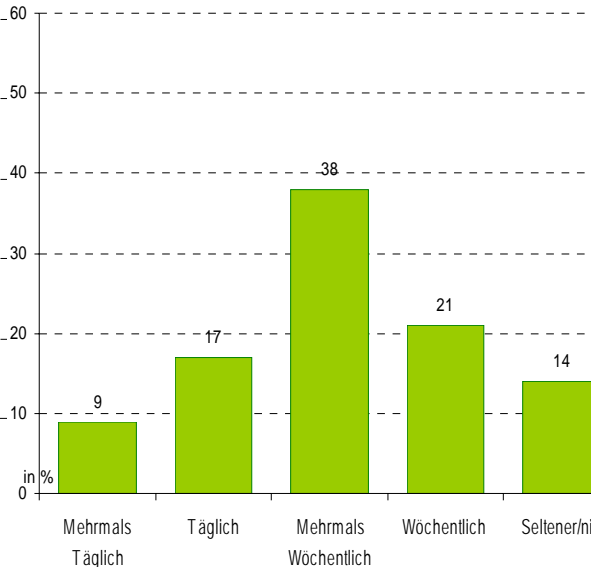
Nutzung im Testverlauf

während Großereignis (WM), N=175



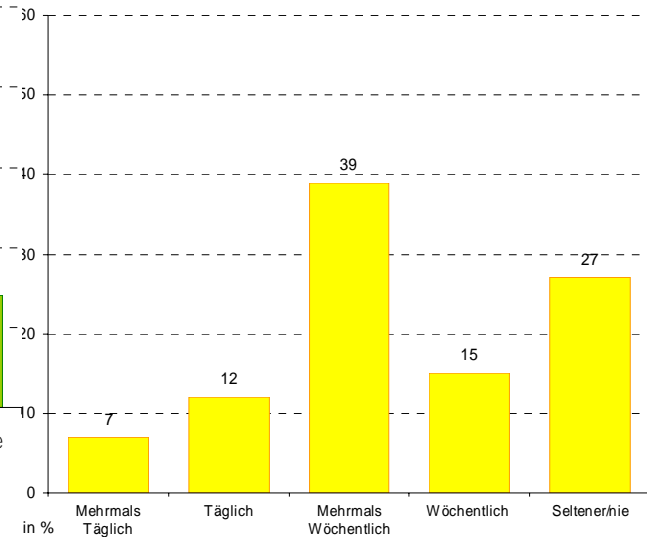
- HandyTV wird intensiv genutzt
- überall und jederzeitige Info entspricht dem Bedarf
- Hohe Akzeptanz

unmittelbar nach der WM, N=171



- Nutzung geht auf Normalverteilung zurück
- 1/3 täglich, Alltagsroutinen
- 1/3 Mehrmals wöchentlich, bei Gelegenheit, aber nicht Routine

nach 7 Testwochen, nur Erstgerätenutzer (51%, n=74)



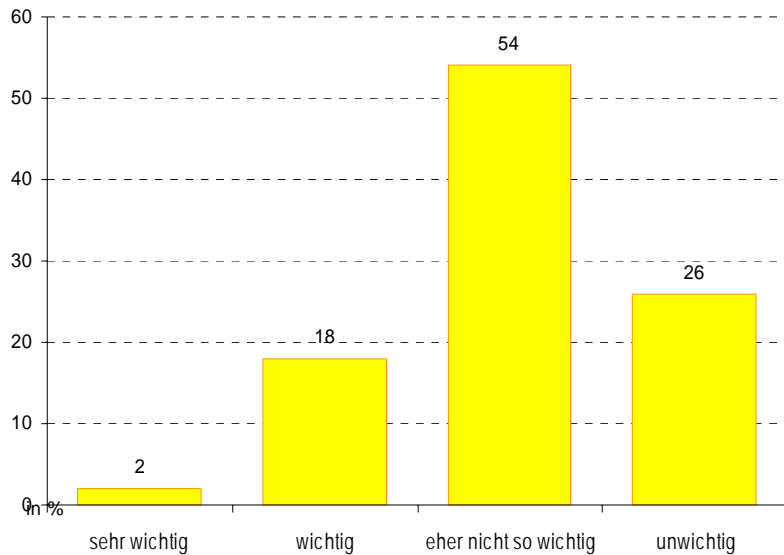
- Nutzung bei Gelegenheit
- Stabilisierung auf niedrigerem Niveau
- Bedeutung des Handy als Universalgerät

Quelle: SOFI 08/06, MIFRIENDS-Nutzerforschung München

Bedeutung von TV- und Radio am Handy nach 7 Testwochen

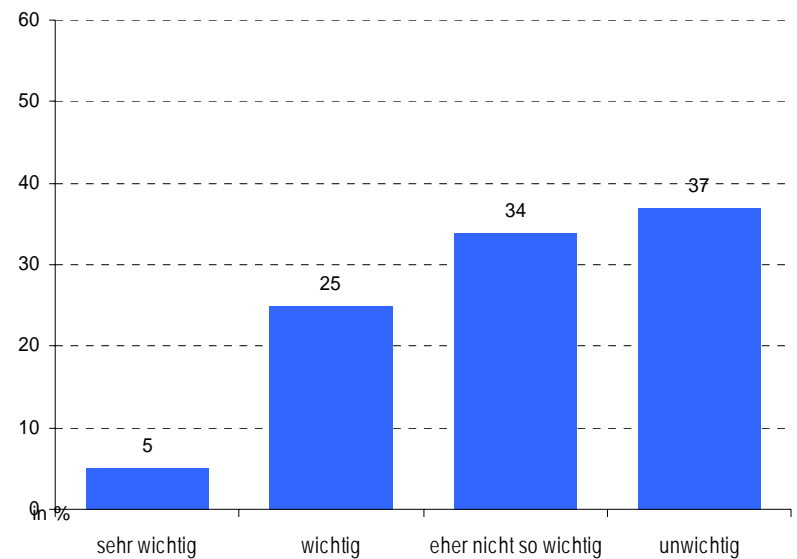
(N=145)

Wie wichtig ist Ihnen die Möglichkeit am Handy fern zu sehen, nachdem Sie es mehrere Wochen ausprobiert haben?



➤ HandyTV als ADD-On

Wie wichtig ist Ihnen die Möglichkeit am Handy Radio zu hören, nachdem ...?



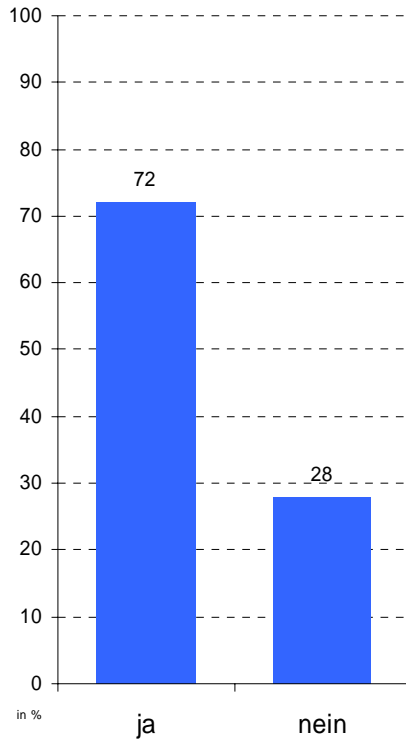
- Im Testverlauf wachsende Bedeutung des Radios
- Geeignetes Nebenbei-Medium
- Anforderungen an Handy

Quelle: **SOFI** 08/06, MIFRIENDS-Nutzerforschung München

Radio-Nutzungshäufigkeit am Handy-TV

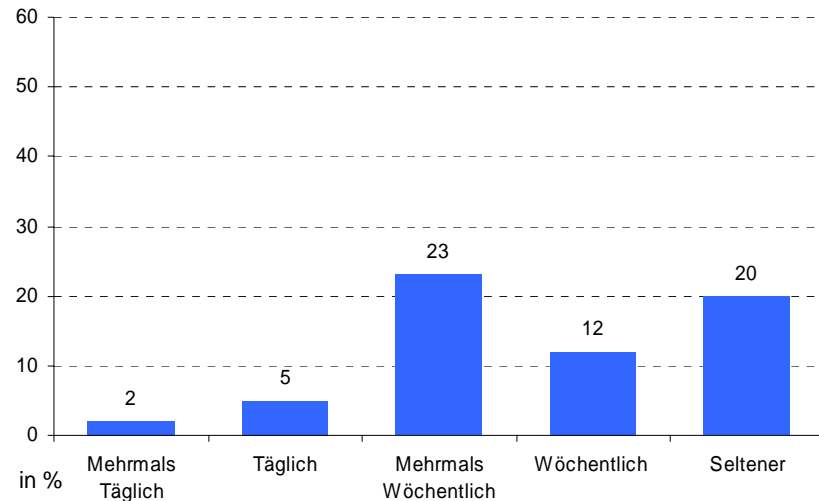
Radionutzung am Handy-TV

N=171



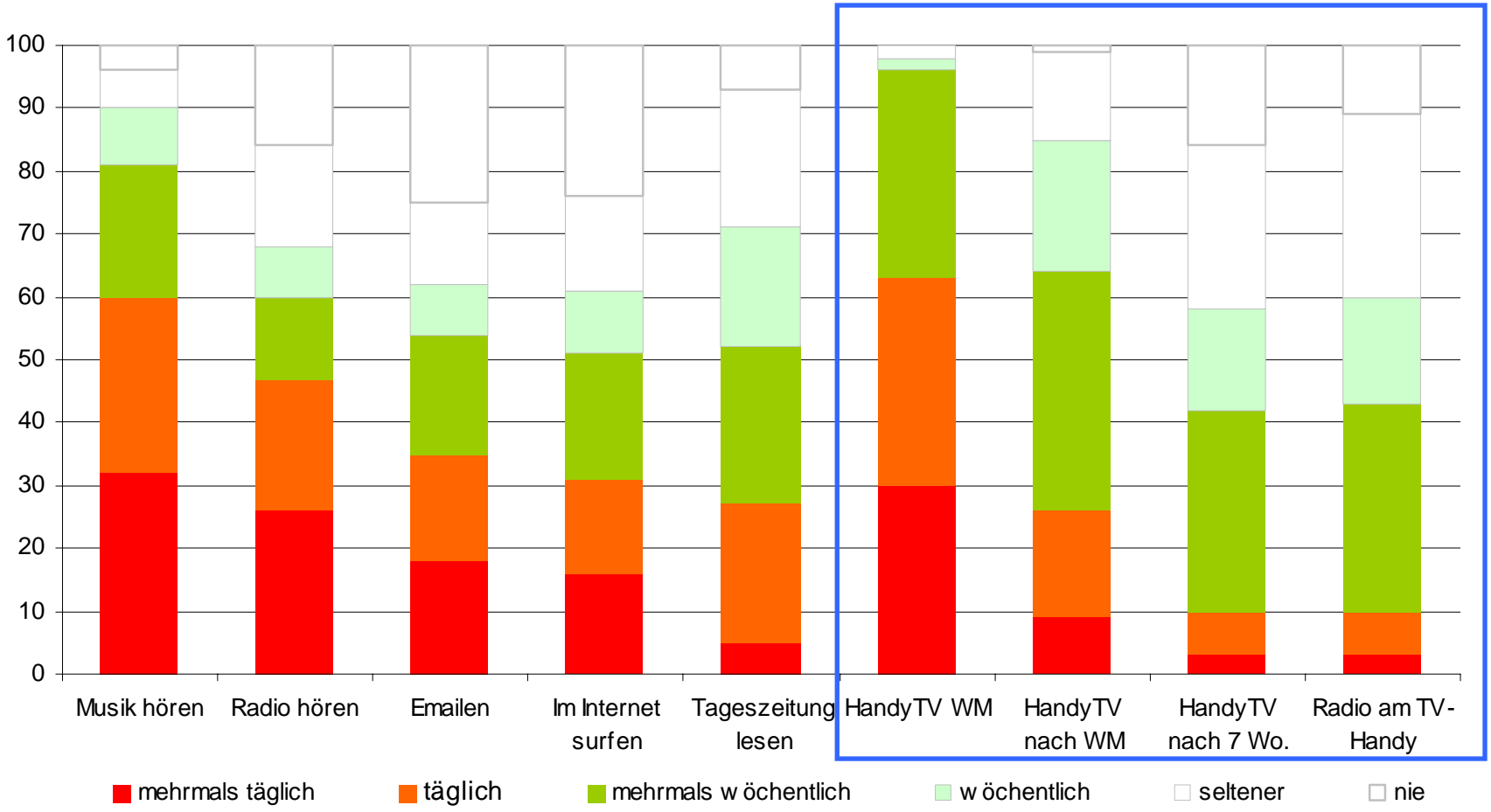
Häufigkeit der Radionutzung am Handy-TV

N=171



Quelle: **SOFI** 08/06, MIFRIENDS-Nutzerforschung München

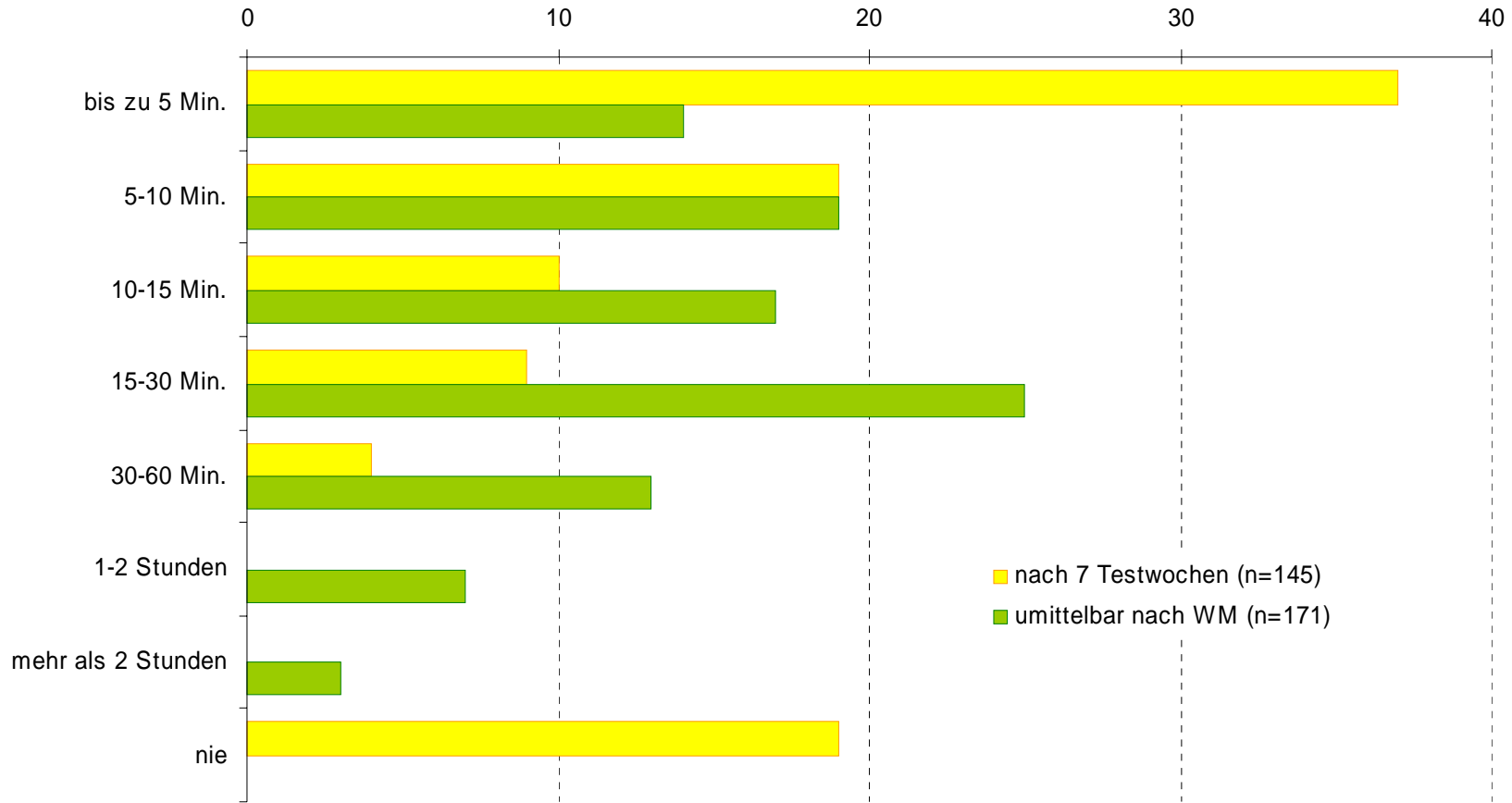
Mobile Mediennutzung im Vergleich



Quelle: SOFI 08/06, MIFRIENDS-Nutzerforschung München

Zeitmuster bei mobiler TV-Nutzung nach 7 Testwochen

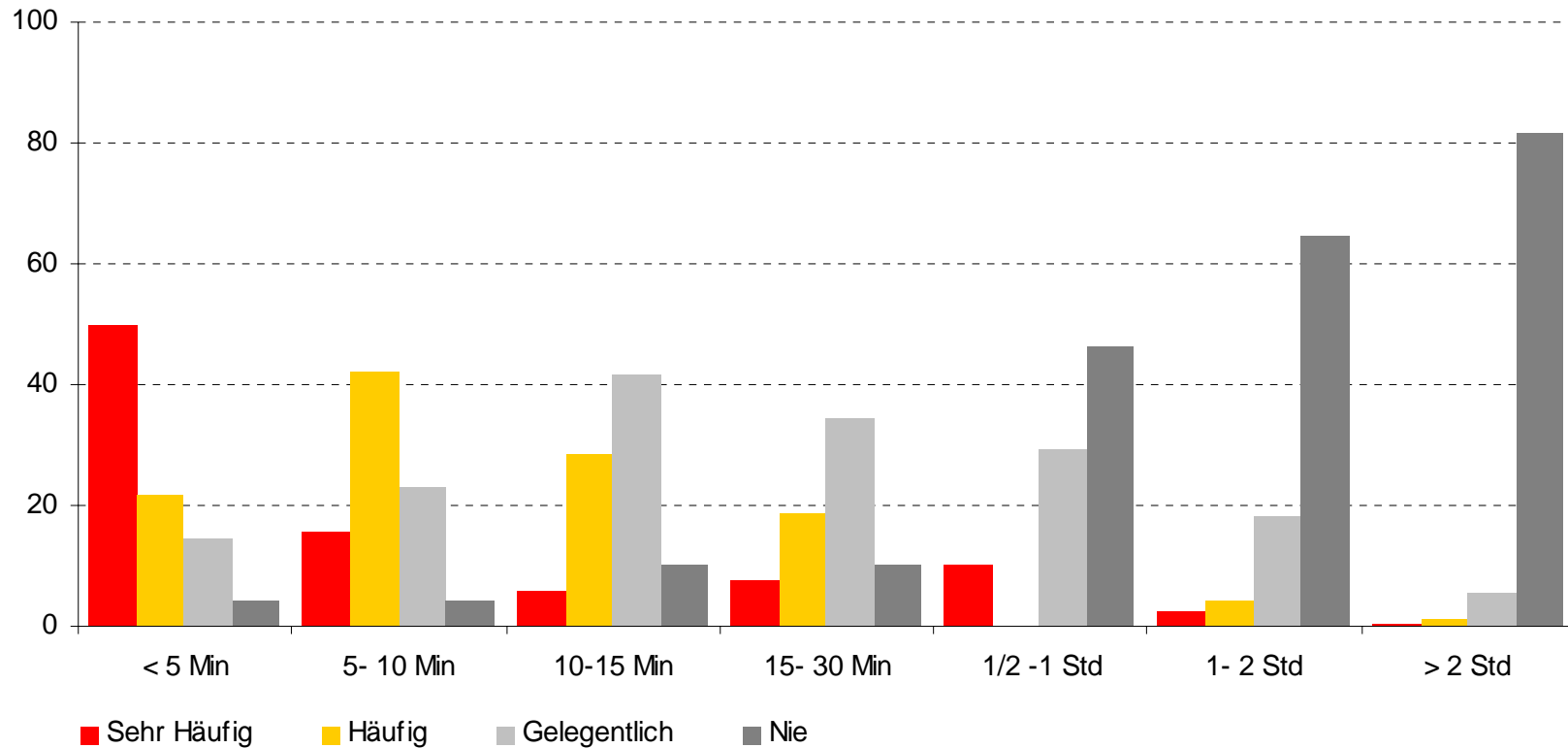
Nutzungsdauer pro (Nutzungs-)Tag (N=145)



- ohne Großereignis Konzentration auf kurze Nutzungsdauer
- bei Großereignis bis 30-45 Min., nebenbei-schauen, „auf dem Laufenden bleiben“

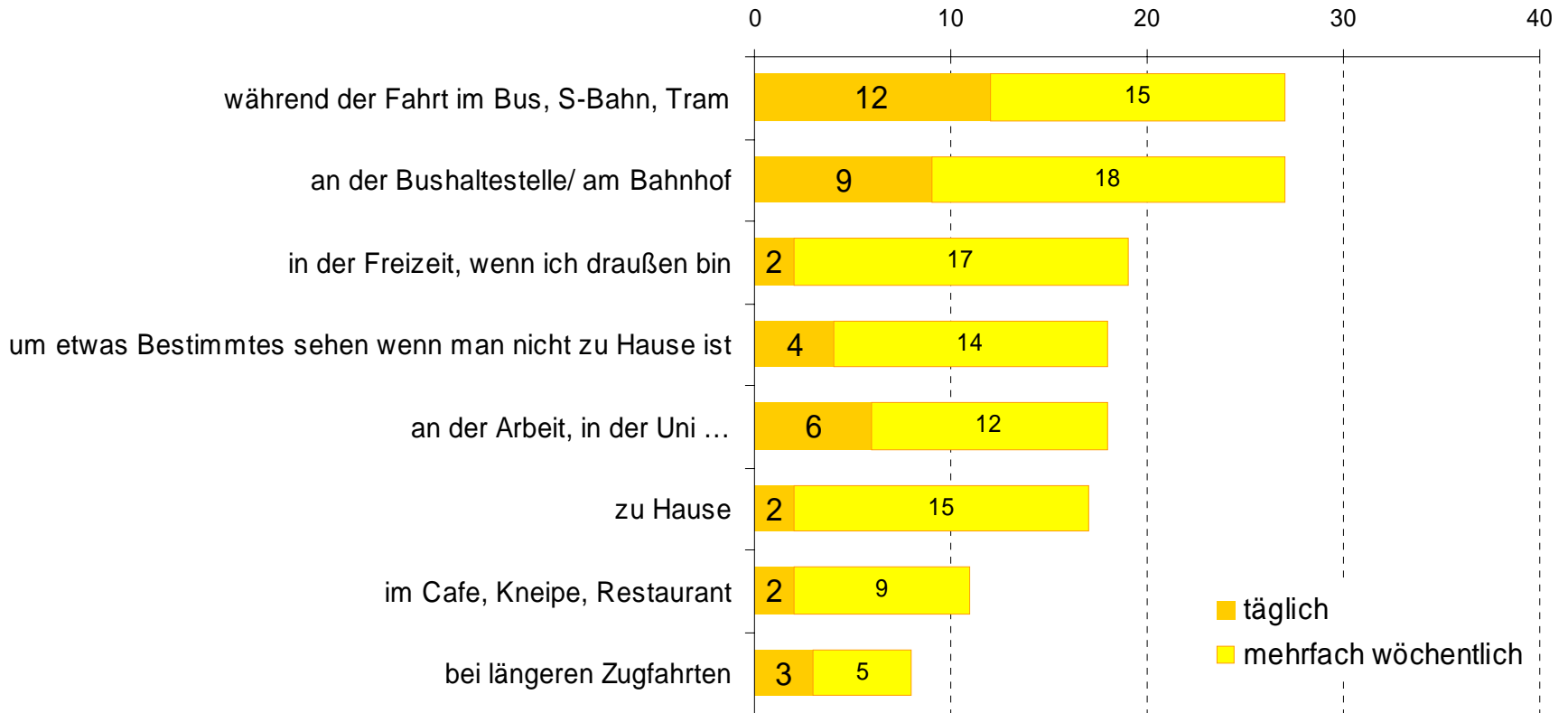
Quelle: SOFI 08/06, MIFRIENDS-Nutzerforschung München

Zeitmuster beim mobiler TV-Nutzung am Handy: kurze Nutzungssequenzen (WM, N=175)



Quelle: SOFI 08/06, MIFRIENDS-Nutzerforschung München

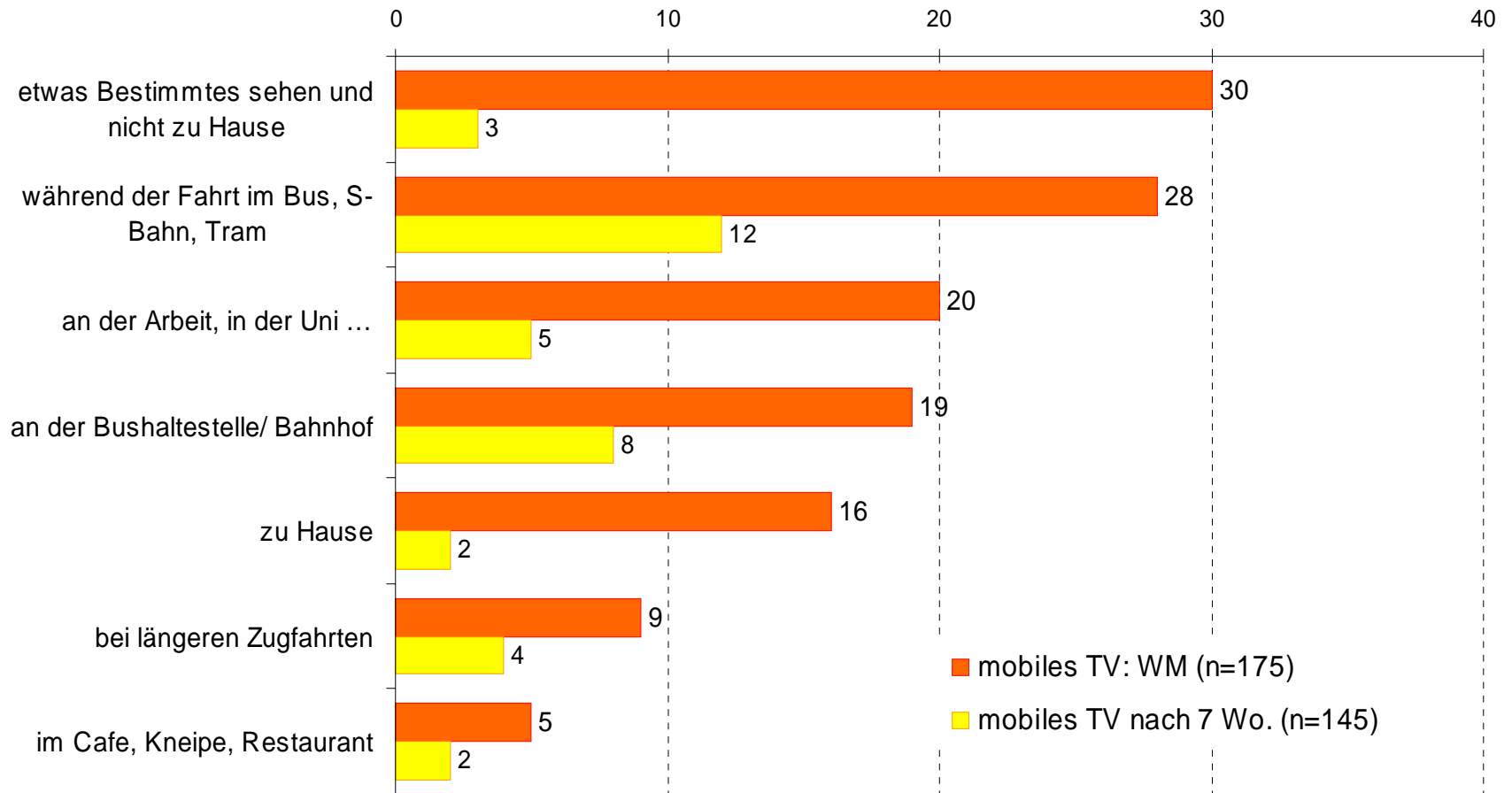
Nutzungsorte bei mobilem TV nach 7 Testwochen (N=145)



- Nutzung am Handy ist überwiegend unterwegs, d.h. in oder im Zusammenhang mit Verkehrsmitteln
- in der Freizeit draußen, d.h. TV im Park, am See, im Freibad ...
- egal wo man ist, um etwas Bestimmtes zu sehen (s.u.)
- Zu Hause-Nutzung ist untergeordnet (wenn man keinen eigenen Fernseher hat)
- Heftige Kritik an Reichweite: U-Bahn, Zug, See

Quelle: **SOFI** 08/06, MIFRIENDS-Nutzerforschung München

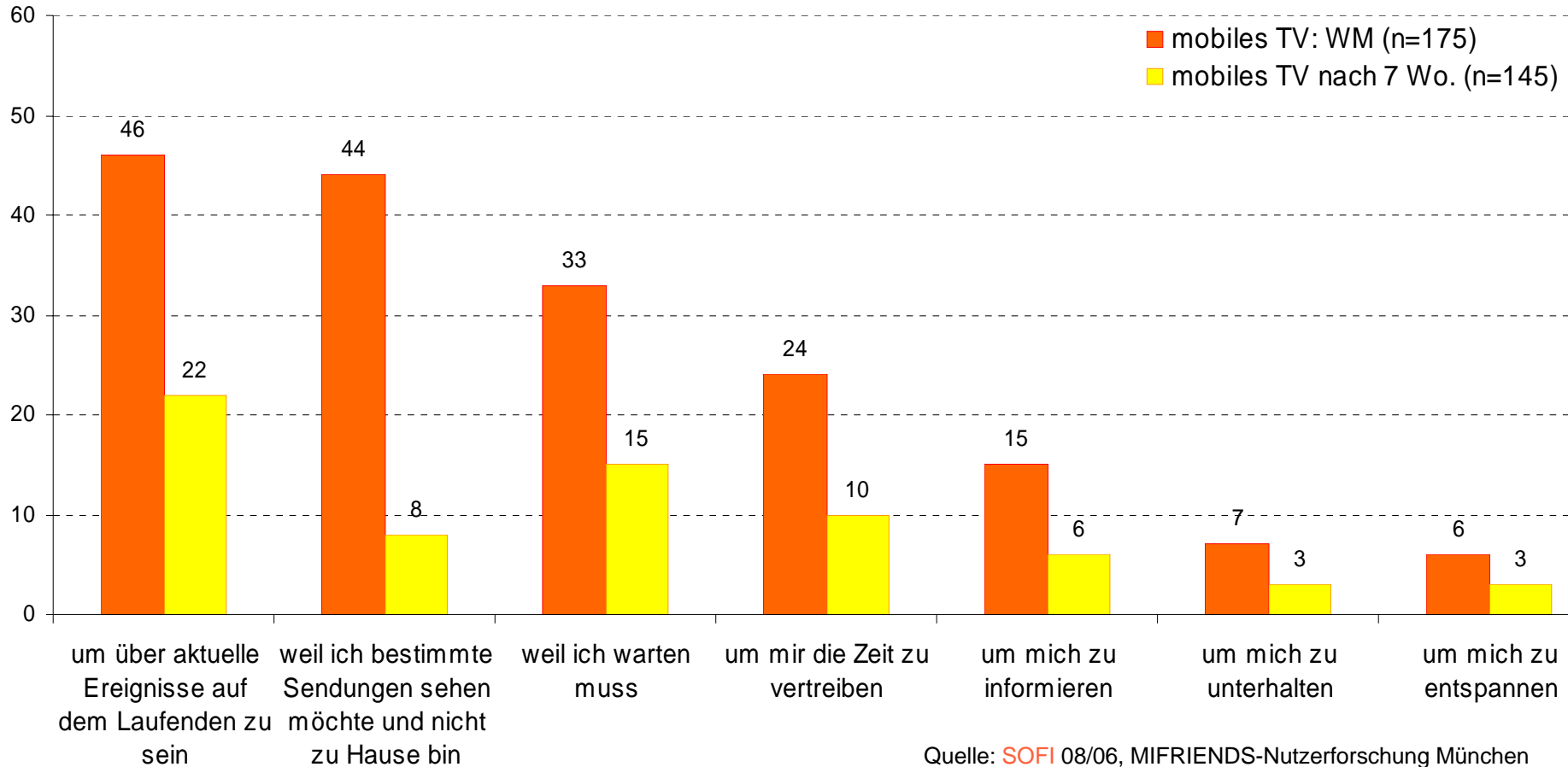
Nutzungsorte bei mobilem TV (2): während der WM / nach 7 Wochen



➤ Während Großereignis: überall und jederzeit TV-schauen (in „normalen“ Zeiten nicht so wichtig)

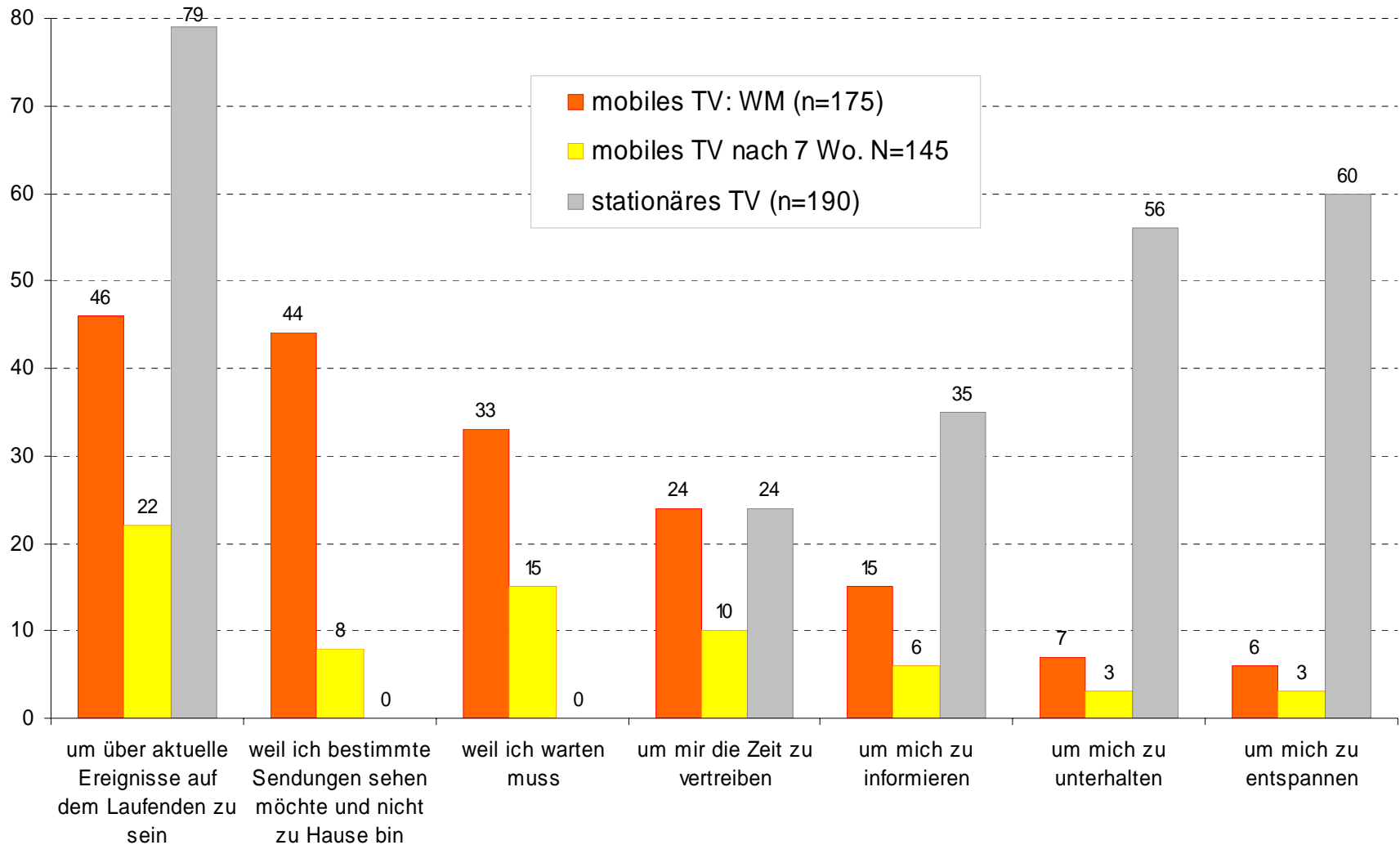
Quelle: SOFI 08/06, MIFRIENDS-Nutzerforschung München

Nutzungsmotive bei mobilem TV – während der WM und nach 7 Testwochen



- Während Großereignis: immer auf dem Laufenden sein, mobile (ubiquität) Nutzung
- In „normalen“ Zeiten: beim Warten, zum Zeitvertreib
- (fast) nie: Unterhaltung, Entspannung

Nutzungsmotive bei mobilem TV vs. stationärem TV zu Hause

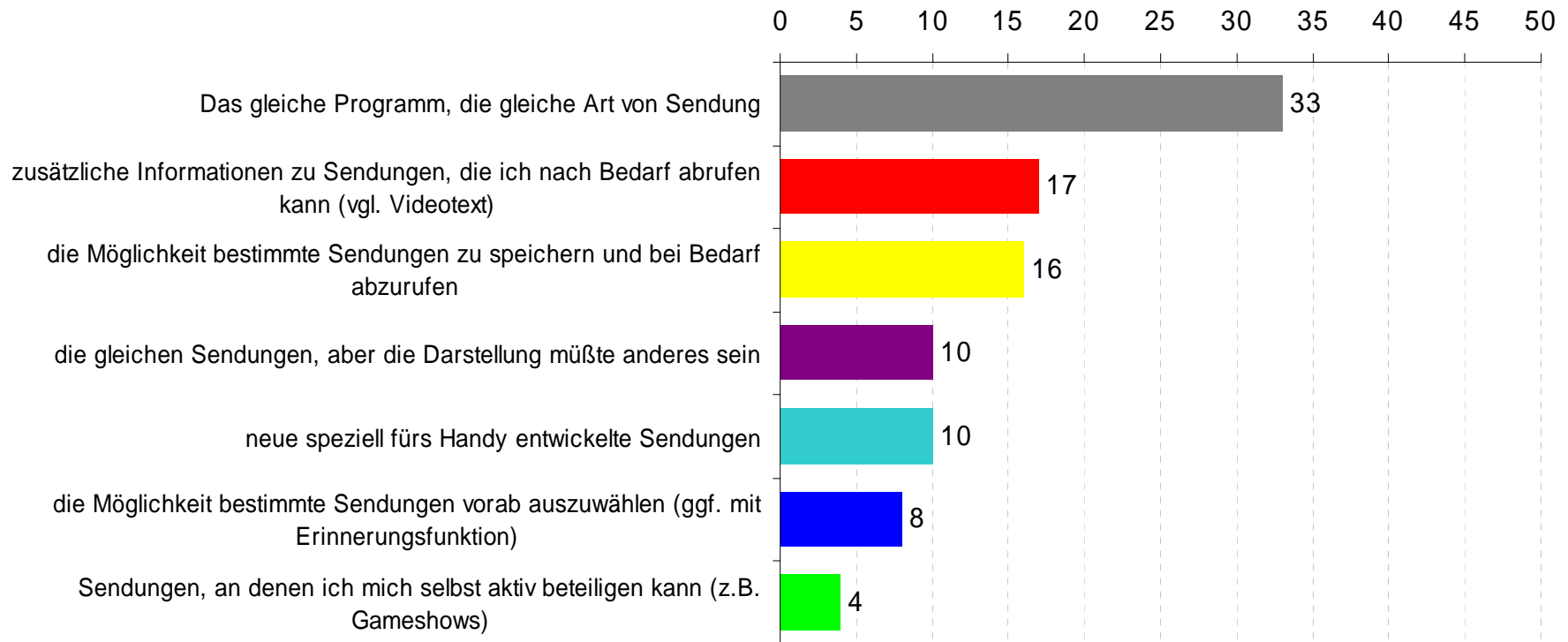


Quelle: SOFI 08/06, MIFRIENDS-Nutzerforschung München

Welche Art von Programm?

Nach 7 Testwochen:

Welches Programm würden Sie sich für die Zukunft wünschen? (Einfachnennung)

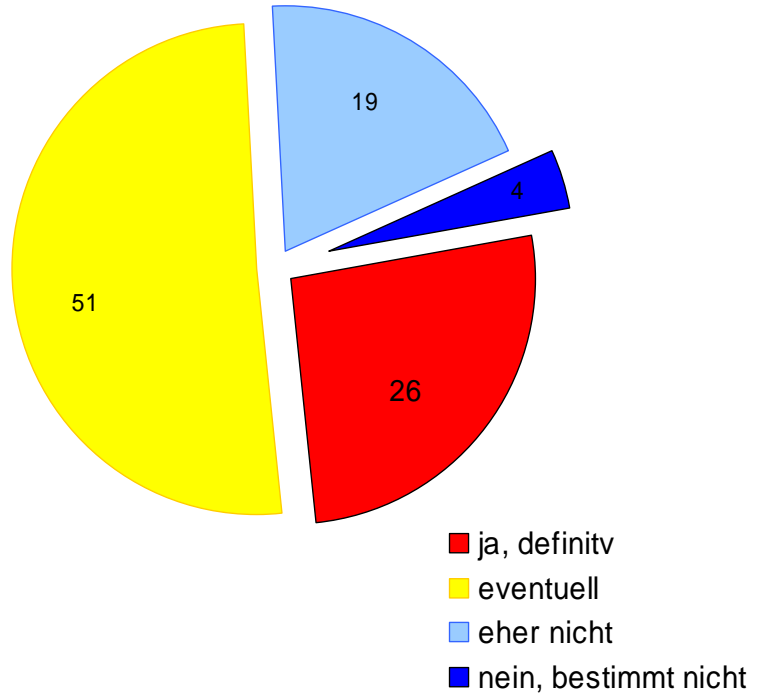


- Grunderwartung: „normales“ TV-Programm
- Ergänzungen zum „normalen“ TV-Programm (Infos, Speichermöglichkeit)

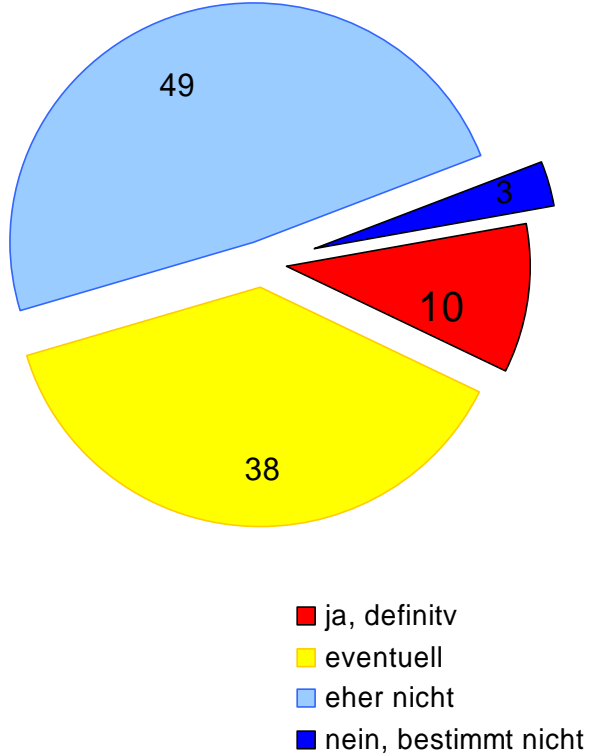
Quelle: SOFI 08/06, MIFRIENDS-Nutzerforschung München

Nutzungsabsicht

von HandyTV während der WM,
N=175, in %



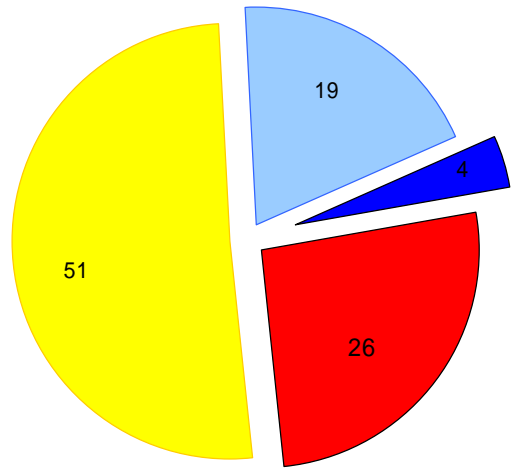
Von HandyTV nach 7 Testwochen,
N=145 lfd., in %



Quelle: SOFI 08/06, MIFRIENDS-Nutzerforschung München

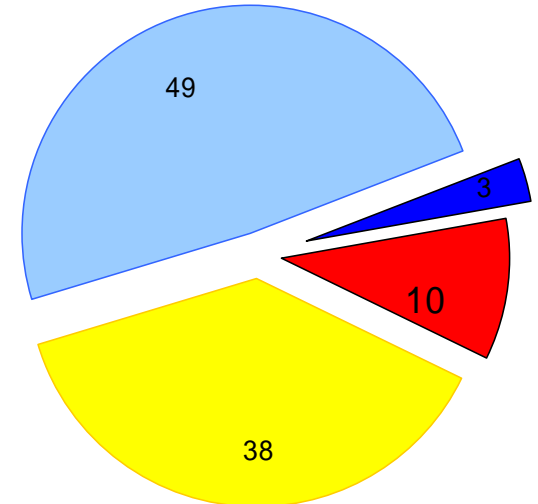
Nutzungsabsicht

von HandyTV während der WM, N=175, in %



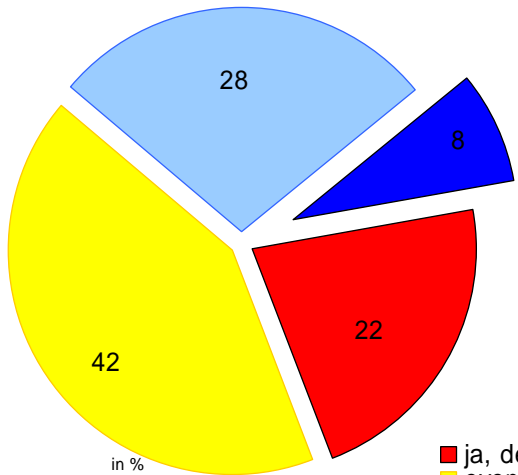
- ja, definitiv
- eventuell
- eher nicht
- nein, bestimmt nicht

Von HandyTV nach 7 Testwochen, N=145 lfd., in %



- ja, definitiv
- eventuell
- eher nicht
- nein, bestimmt nicht

Von DAB-Radio am Handy, N=171, in %



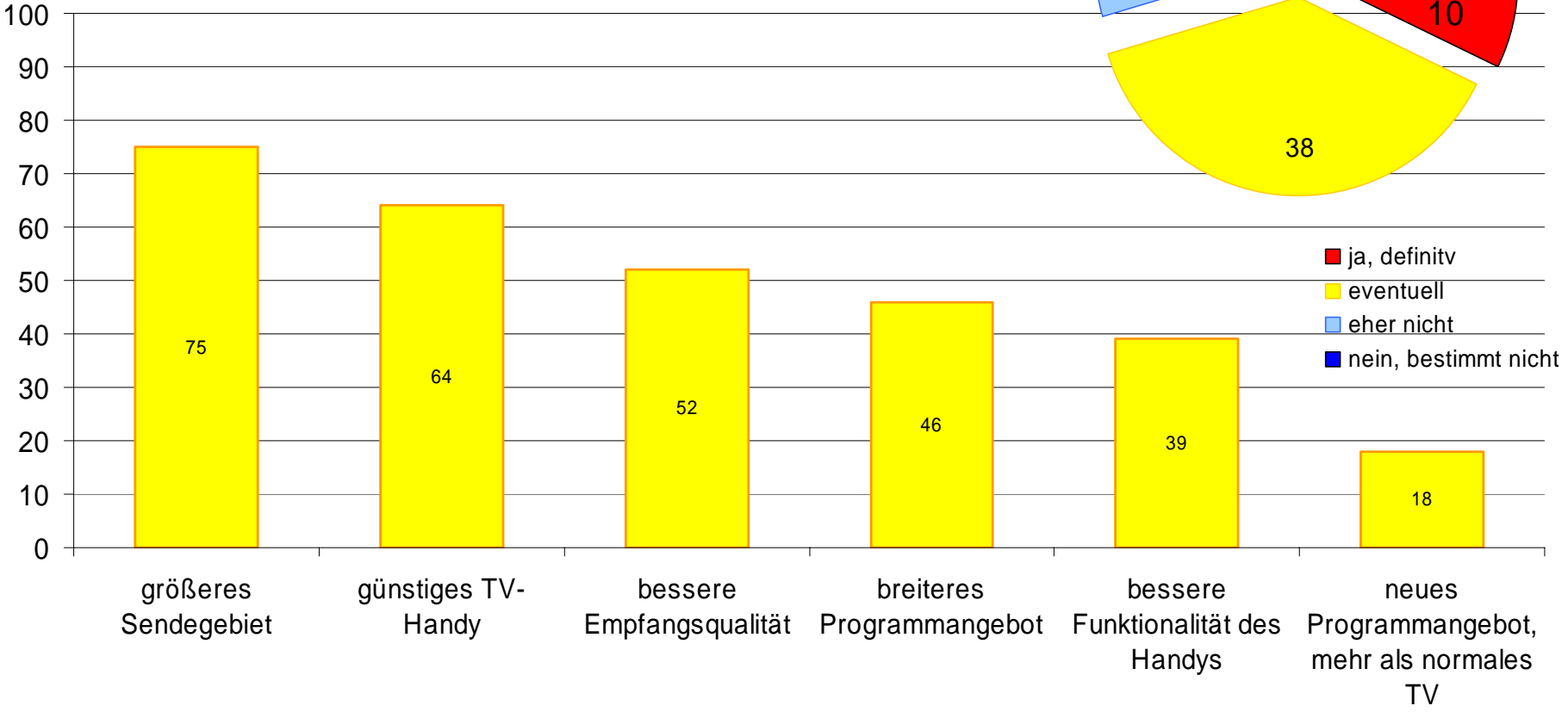
- ja, definitiv
- eventuell
- eher nicht
- nein, bestimmt nicht

Quelle: SOFI 08/06, MIFRIENDS-Nutzerforschung München

Nutzungsabsicht nach 7 Testwochen: Verbesserungsmöglichkeiten

N=145 lfd., in %

Welche Verbesserungen würden dazu führen, dass Sie Handy-TV in Zukunft nutzen?

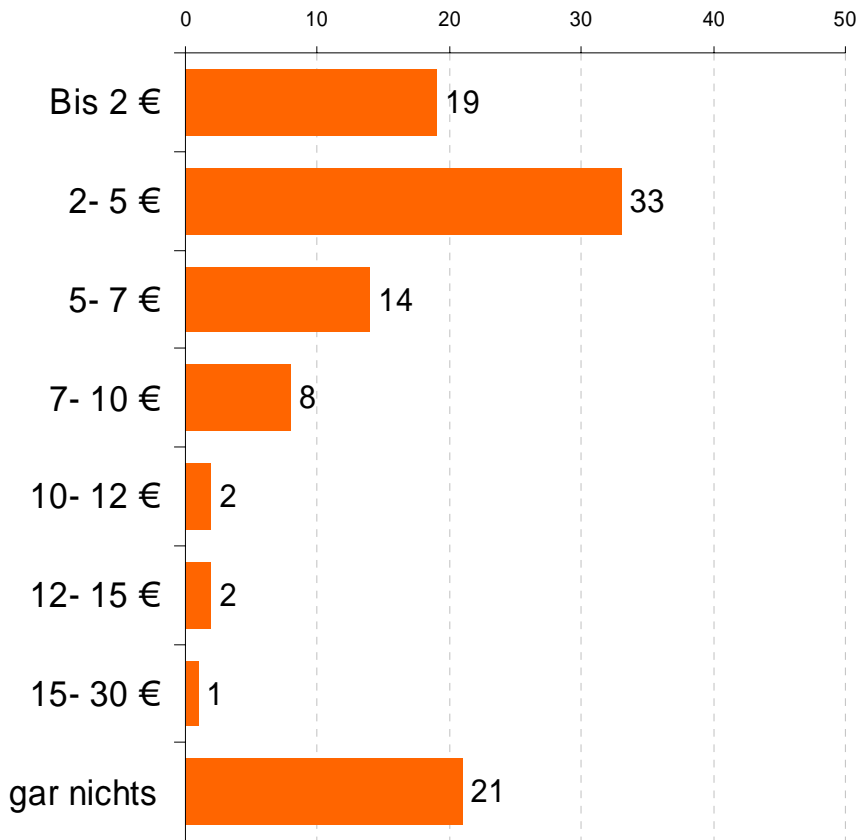


Quelle: SOFI 08/06, MIFRIENDS-Nutzerforschung München

Zahlungsbereitschaft für den Handy-TV-Dienst

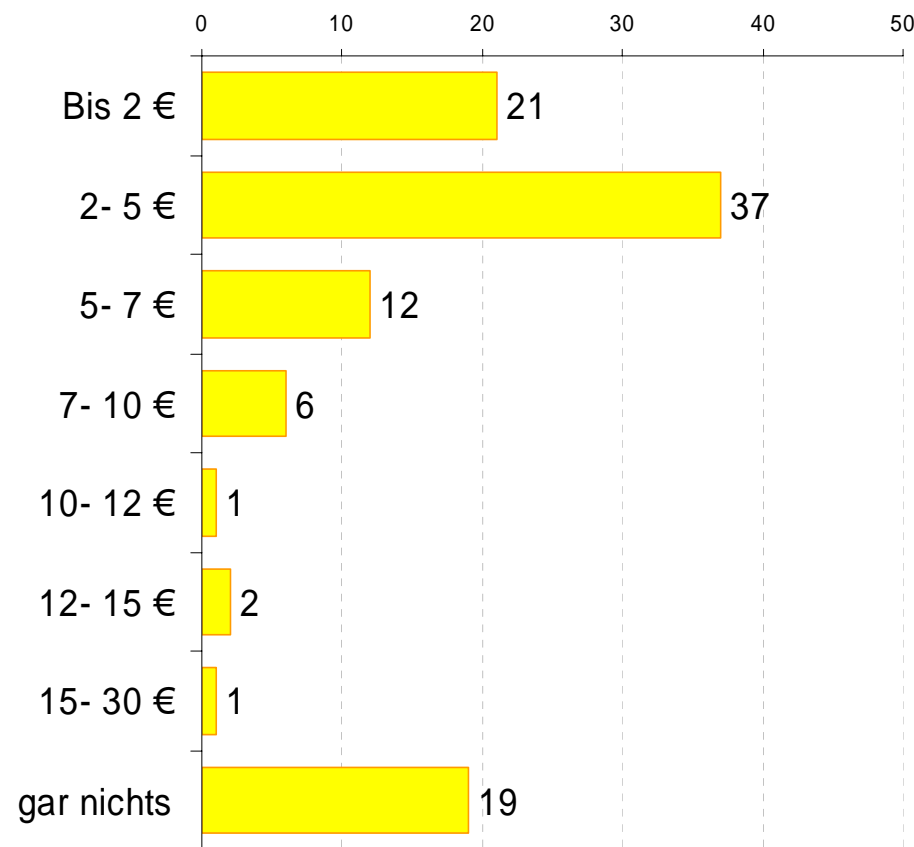
während der WM

Wie viel wären Sie bereit für Handy-TV pro Monat zu bezahlen?



nach 7 Testwochen

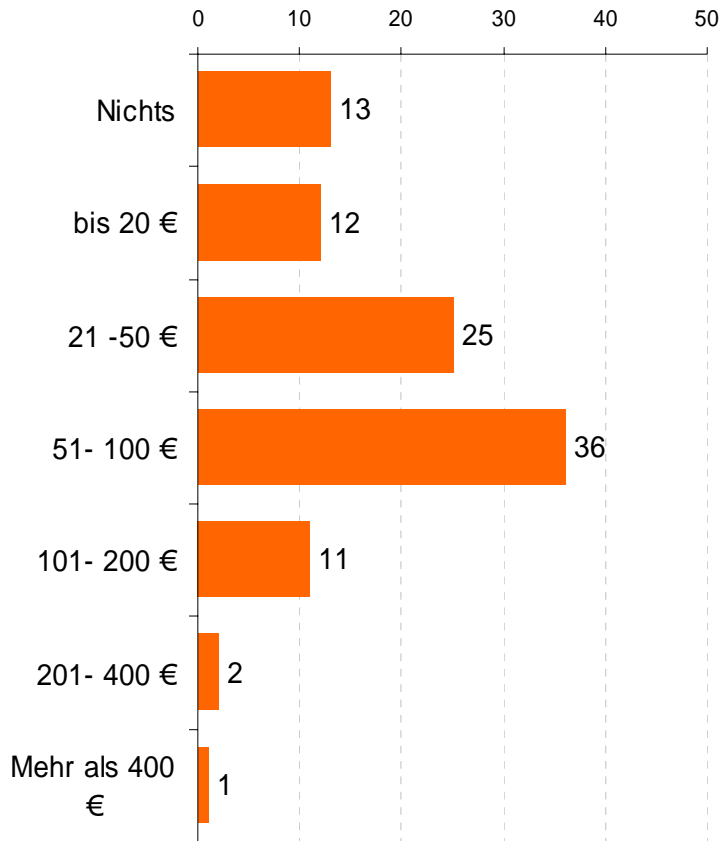
Wie viel wären Sie bereit für Handy-TV pro Monat zu bezahlen?



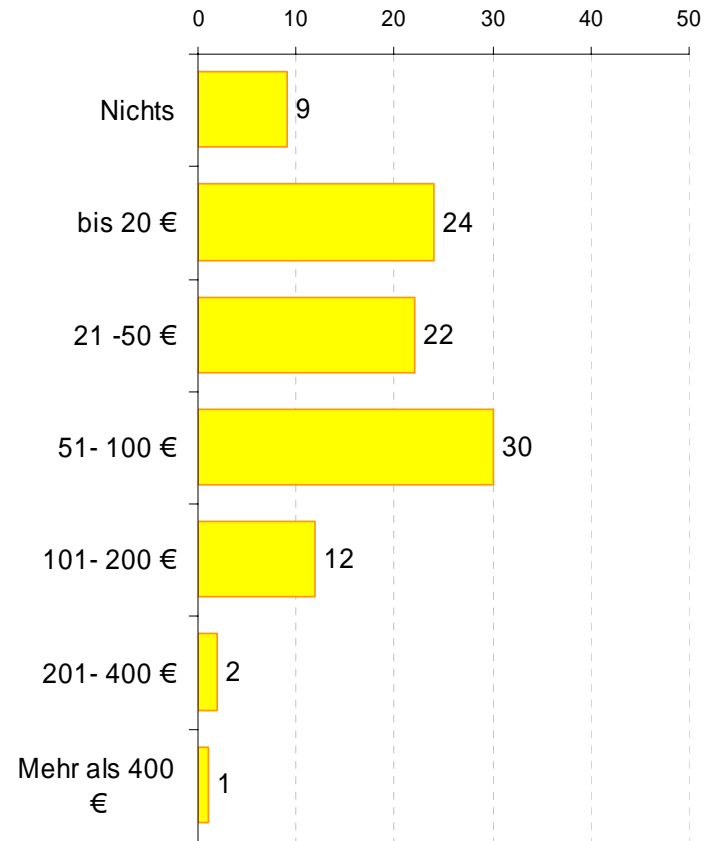
Quelle: SOFI 08/06, MIFRIENDS-Nutzerforschung München

Zahlungsbereitschaft für TV-fähiges Handy

während der WM



nach 7 Testwochen



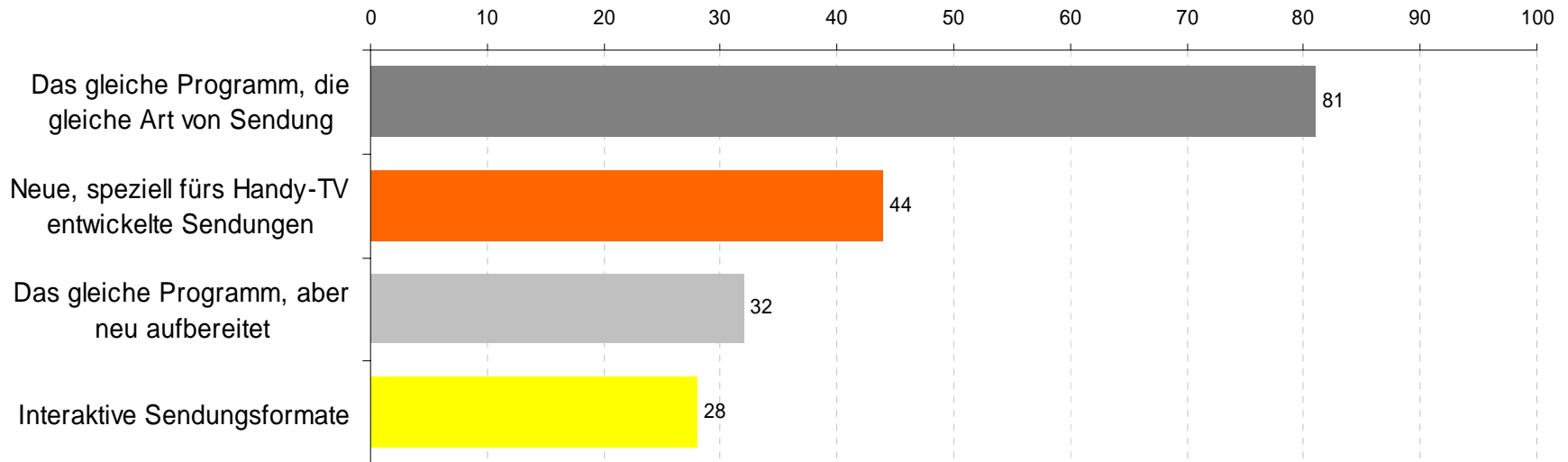
Quelle: SOFI 08/06, MIFRIENDS-Nutzerforschung München

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

Welche Art von Programm?

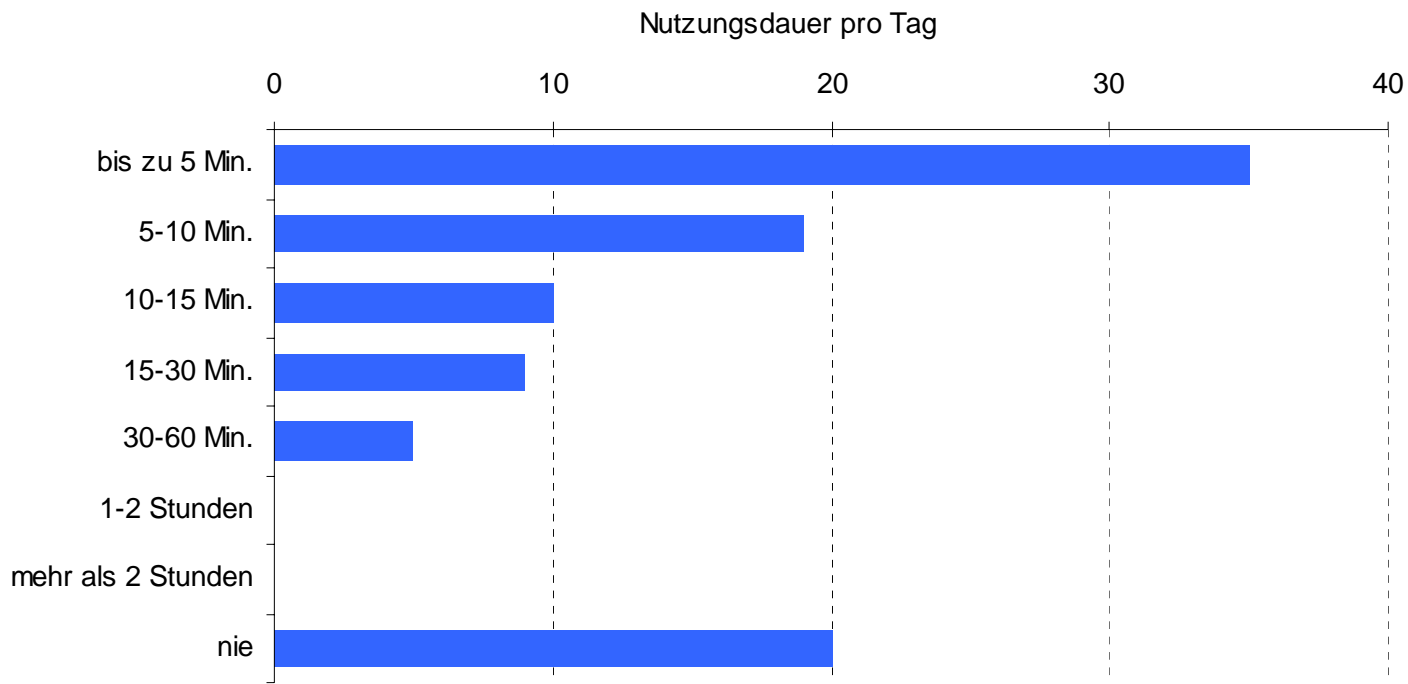
Aus der Startbefragung vor dem Test:

Welche Art von TV-Programm wünschen Sie sich für Handy-TV?



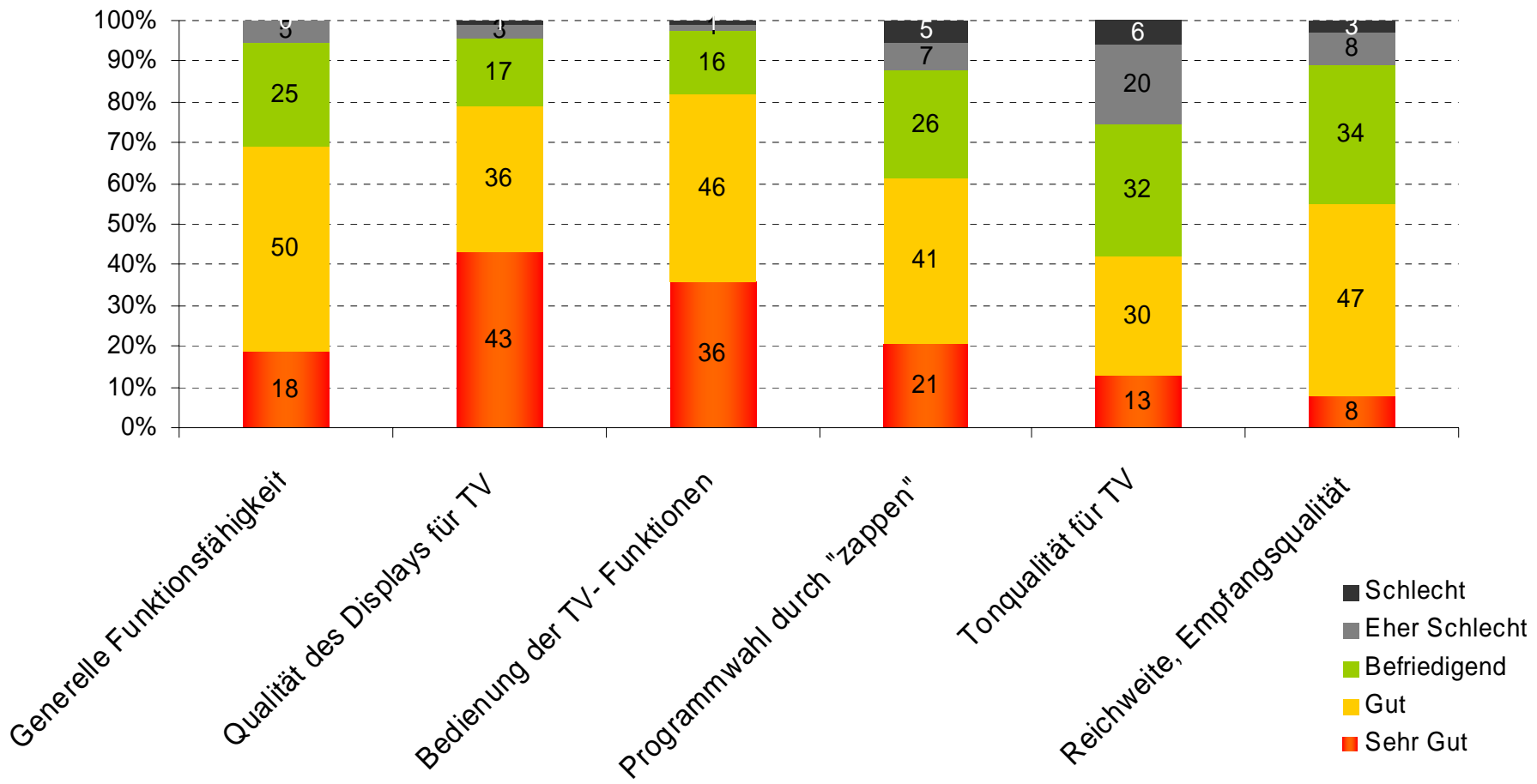
Quelle: **SOFI** 08/06, MIFRIENDS-Nutzerforschung München

Zeitmuster bei mobiler TV-Nutzung nach 7 Testwochen (N=145)



Quelle: SOFI 08/06, MIFRIENDS-Nutzerforschung München

Usability und Funktionalität während der WM (N=175)

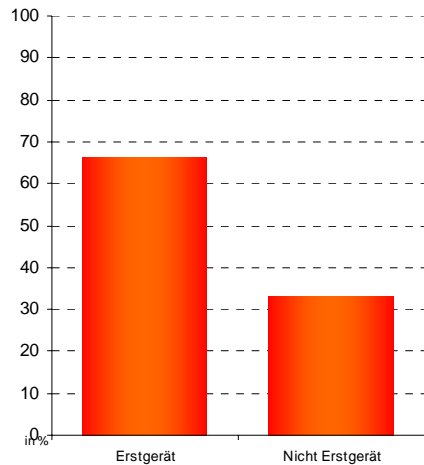


Quelle: SOFI 07/06, MIFRIENDS-Nutzerforschung München

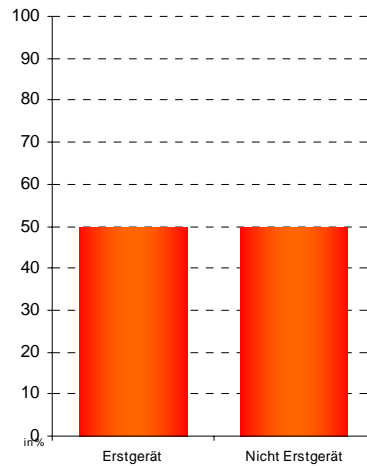
Nutzung

TV-Handy als Erstgerät

... während der WM



... in den letzten 14 Tagen

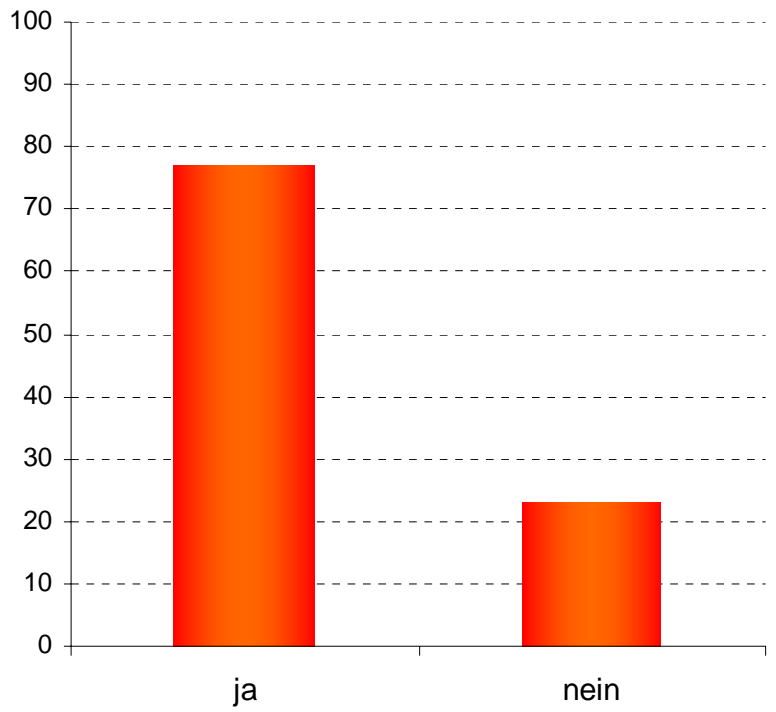


- Nicht-Nutzungsentscheidung bei einem Teil der Teilnehmer

Quelle: **SOFI** 08/06, MIFRIENDS-Nutzerforschung München

Empfangsqualität

„Gibt es Orte, an denen Sie Handy-TV schauen würden, aber keinen oder nur schlechten Empfang haben?“



Quelle: SOFI 07/06, MIFRIENDS-Nutzerforschung München