



Jeder zweite Deutsche nutzt TV und Internet parallel

Jeder zweite Deutsche nutzt TV und Internet parallel
16 - 24-Jährige liegen bei der parallelen TV- und Internetnutzung vorne / 26 Prozent der Online-Aktivitäten haben einen direkten Bezug zum TV-Inhalt
Fast jeder zweite Deutsche (49 Prozent) ist manchmal online, während er TV sieht. Damit liegt Deutschland im europäischen Durchschnitt, der 48 Prozent beträgt. 2010 surfte noch nicht mal ein Viertel der Deutschen (20 Prozent) parallel zum Fernsehen, was eine Zunahme in den letzten zwei Jahren um 250 Prozent bedeutet. Dies sind Zahlen aus der Studie Mediascope 2012, die der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e. V. in Kooperation mit dem IAB Europe durchgeführt hat.
Unternehmen sollten Potenziale von Multiscreen nutzen
Die hohe parallele Nutzungsintensität von TV- und Online belegt einen entscheidenden Wandel im Medienumgang. Vor allem das Bedürfnis nach Unterhaltung und Information bildet bei der Multiscreen-Nutzung in Deutschland den Schwerpunkt. Daher sollten Unternehmen bei der Planung Ihrer Kommunikationsstrategie die Potenziale von Multiscreen mit berücksichtigen.", erklärt Marco Zingler (denkwerk), Vorsitzender der Fachgruppe Agenturen im BVDW.
Jeder Vierte nutzt das Internet als Second Screen
77 Prozent der befragten TV-Nutzer in Deutschland sind typischerweise abends parallel online. Dabei gibt jeder Vierte (26 Prozent) unter den Parallelnutzern an, dass die Online-Aktivität mit hoher Wahrscheinlichkeit einen Bezug zu dem TV-Programm hat, das er gerade ansieht (Second-Screen-Nutzung). Der europäische Durchschnitt liegt in diesem Bereich mit 33 Prozent jedoch höher. Deutsche Nutzer suchen besonders bei Entertainment-Sendungen (67 Prozent), Nachrichten (57 Prozent) und Dokumentationen (51 Prozent) parallel im Web nach verwandten Inhalten. Das Dokumentationsgenre spornt besonders die Deutschen zum gleichzeitigen Surfen an: Im EU-Vergleich ist nur jeder Dritte (35 Prozent) bei solchen Sendungen im Internet unterwegs.
Parallele TV- und Internetnutzung hängt vom Alter ab
Die parallele Nutzung von TV und Internet ist in der jüngeren Zielgruppe der 16- bis 24-Jährigen mit 78 Prozent am ausgeprägtesten. In den Altersgruppen von 25 bis 54 Jahre surft immerhin etwa jeder zweite Deutsche (56 bis 49 Prozent) manchmal parallel im Internet während des Fernsehens. Einen leichten Abfall gibt es bei den Nutzern im Alter zwischen 55 und 64 mit 43 Prozent. Bei den über 65-Jährigen nutzt noch jeder Dritte (33 Prozent) bisweilen beide Medien gleichzeitig.
Desktop-PC noch beliebtestes Endgerät
Mit 41 Prozent ist der stationäre Computer des Deutschen beliebtestes Endgerät zur crossmedialen Nutzung beim Fernsehen. Nur neun Prozent gehen per Handy oder Smartphone online. Sieben Prozent nutzen Tablets. Obwohl aktuell elf Prozent der deutschen Internetnutzer einen Tablet-PC besitzen (EU-weit neun Prozent) ist diese Gruppe eher bereit zum Multi-Tasking als Nutzer anderer internetfähiger Geräte. Nur jeder dritte Tablet-PC Besitzer (31 Prozent) verwendet während der Tablet-Nutzung kein weiteres Gerät parallel (EU: 15 Prozent).
Die Ergebnisse sind als "Fokusreport Multiscreen" ab sofort kostenfrei als PDF-Dokument auf der BVDW-Website unter <http://www.bvdw.org/medien/fokusreport-multiscreen?media=4980> erhältlich.
Methodische Hinweise
Für die repräsentative Untersuchung des BVDW befragte das IAB Europe im Februar 2012 mittels Omnibus- und Online-Methodik in Deutschland ca. 2.000 und europaweit ca. 51.700 Personen über 16 Jahre.
Hochauflösendes Bildmaterial auf dem BVDW-Presseserver unter: http://www.bvdw.org/presseserver/bvdw_fokusreport_multiscreen
Über den BVDW
Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e. V. ist die Interessenvertretung für Unternehmen im Bereich interaktives Marketing, digitale Inhalte und interaktive Wertschöpfung. Der BVDW ist interdisziplinär verankert und hat damit einen ganzheitlichen Blick auf die Themen der digitalen Wirtschaft. Er hat es sich zur Aufgabe gemacht, Effizienz und Nutzen digitaler Medien transparent zu machen und so den Einsatz in der Gesamtwirtschaft, Gesellschaft und Administration zu fördern. Im ständigen Dialog mit Politik, Öffentlichkeit und anderen Interessengruppen stehend, unterstützt der BVDW ergebnisorientiert, praxisnah und effektiv die dynamische Entwicklung der Branche. Die Summe aller Kompetenzen der Mitglieder, gepaart mit den definierten Werten und Emotionen des Verbandes, bilden die Basis für das Selbstverständnis des BVDW. Wir sind das Netz.
Tim Woodroffe, Referent der Geschäftsführung, Marketing und HR
Tel: +49 211 600456-11, E-Mail: woodroffe@bvdw.org
Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.
Berliner Allee 57, 40212 Düsseldorf
www.bvdw.org

Pressekontakt

Bundesverband Digitale Wirtschaft e.V.

40212 Düsseldorf

woodroffe@bvdw.org

Firmenkontakt

Bundesverband Digitale Wirtschaft e.V.

40212 Düsseldorf

woodroffe@bvdw.org

Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. ist die Interessenvertretung für Unternehmen im Bereich interaktives Marketing, digitale Inhalte und interaktive Wertschöpfung. Der BVDW ist interdisziplinär verankert und hat damit einen ganzheitlichen Blick auf die Themen der digitalen Wirtschaft. Er hat es sich zur Aufgabe gemacht, Effizienz und Nutzen digitaler Medien transparent zu machen und so den Einsatz in der Gesamtwirtschaft, Gesellschaft und Administration zu fördern. Im ständigen Dialog mit Politik, Öffentlichkeit und anderen Interessengruppen stehend, unterstützt der BVDW ergebnisorientiert, praxisnah und effektiv die dynamische Entwicklung der Branche. Die Summe aller Kompetenzen der Mitglieder, gepaart mit den definierten Werten und Emotionen des Verbandes, bilden die Basis für das Selbstverständnis des BVDW.