

DigitalBarometer

Parallelnutzung: Interaktivität beim Fernsehen

Dezember 2011



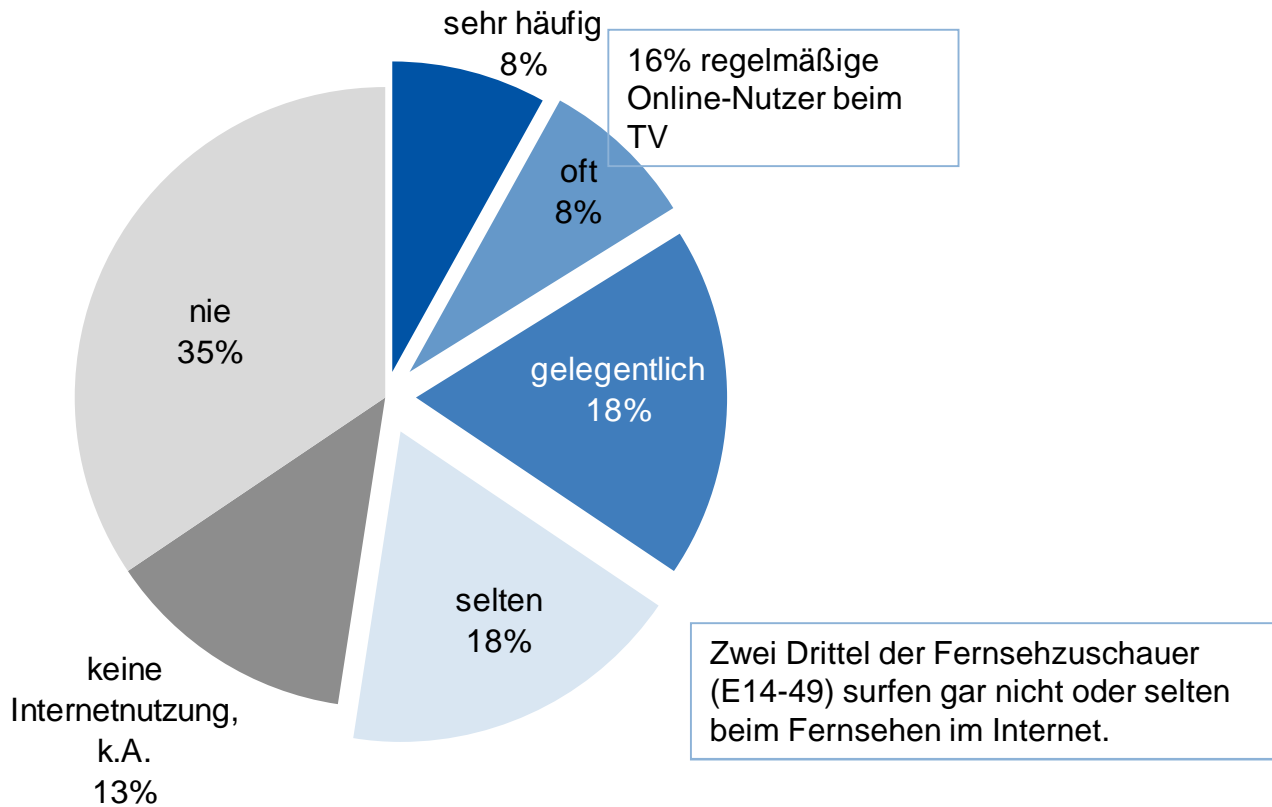
Studiendesign

Untersuchungssteckbrief

Methodik	telefonische Befragung (CATI) bevölkerungsrepräsentativ, n= 966
Grundgesamtheit	Erwachsene 14–49 Jahre
Auftraggeber	IP Deutschland, TNS Emnid
Institut	TNS Emnid
Thema	Internetnutzung beim Fernsehen, Nutzungspräferenzen nach Genre
Zeitraum	November 2011
Kontakt	Sandra Schümann, Tel.: 0221/ 456-26431 sandra.schuemann@ip-deutschland.de

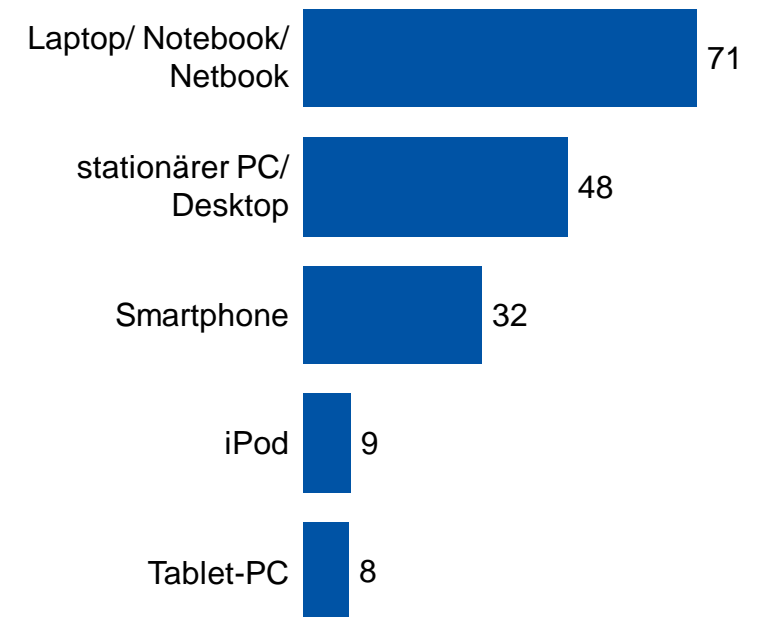
16% der TV-Zuschauer surfen sehr häufig oder oft beim Fernsehen im Internet

Online-Nutzung beim Fernsehen, Angaben in %



Geräte bei paralleler Online-Nutzung

(Befragte, die mind. gelegentlich beim Fernsehen im Internet surfen, n= 468)



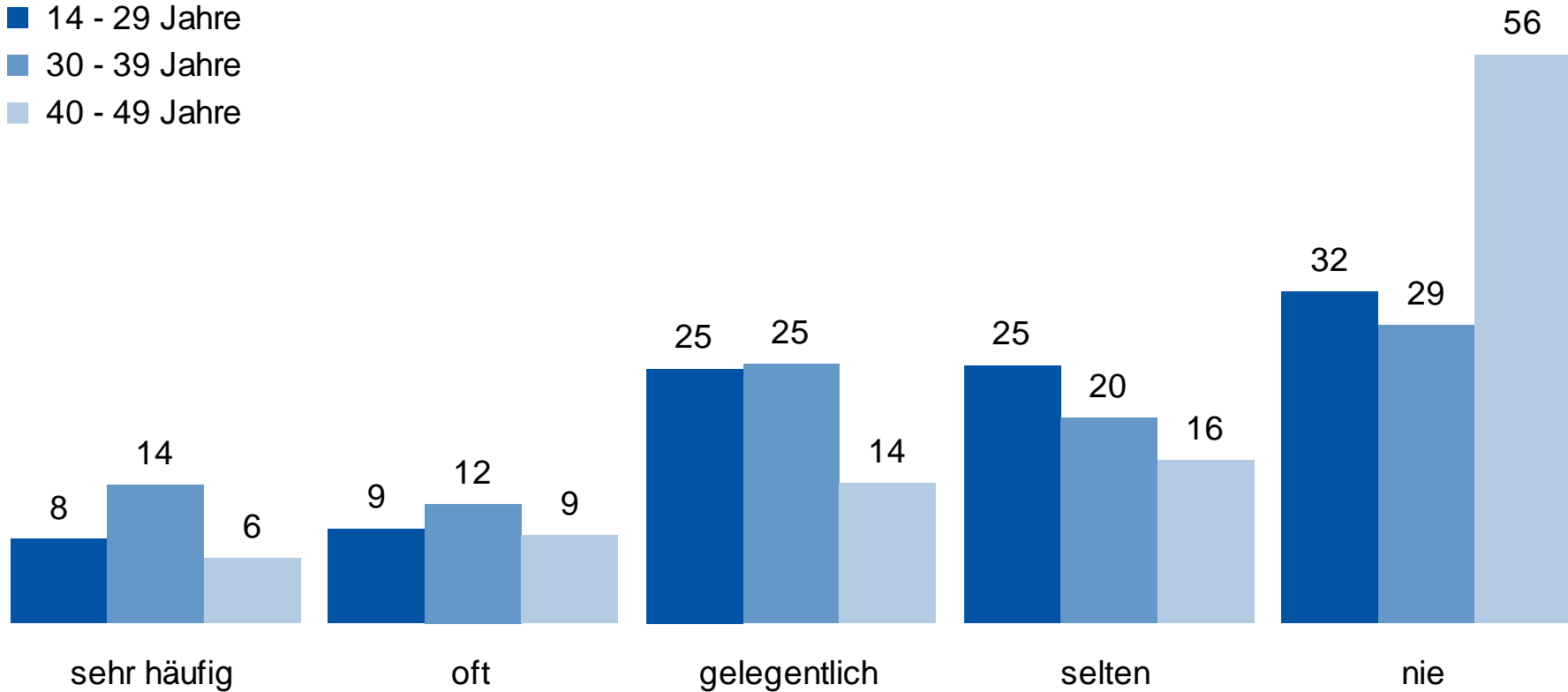
IP Deutschland/ TNS Emnid November 2011, Basis: TV-Zuschauer 14-49 Jahre, n= 895.

Frage: „Kommt es bei Ihnen vor, dass Sie fernsehen und gleichzeitig im Internet surfen bzw. e-mailen? Welche Geräte nutzen Sie dann, um im Internet zu surfen?“

TV-Zuschauer ab 40 Jahre surfen seltener oder nie beim Fernsehen im Internet

Online-Nutzung beim Fernsehen, in %

- 14 - 29 Jahre
- 30 - 39 Jahre
- 40 - 49 Jahre



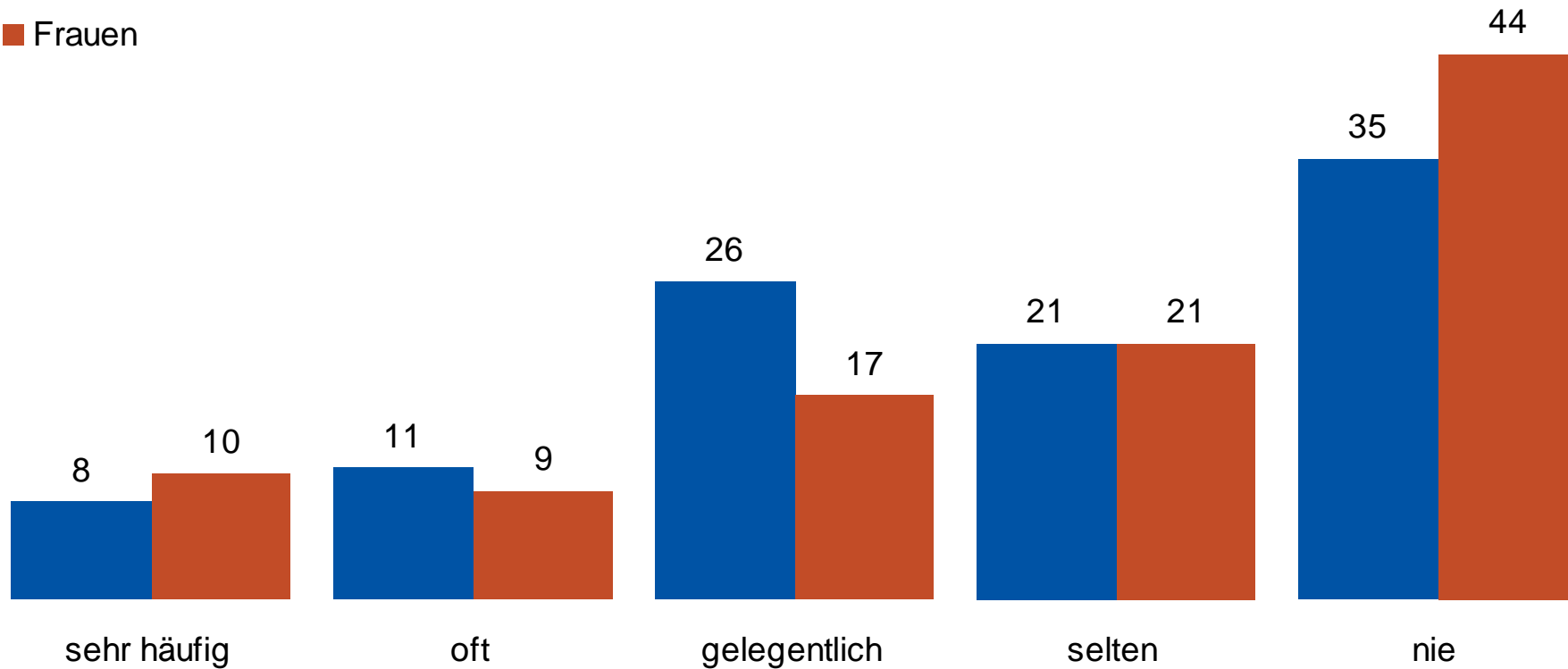
IP Deutschland/ TNS Emnid November 2011, Basis: TV-Zuschauer 14-49 Jahre, n= 895.

Frage: „Kommt es bei Ihnen vor, dass Sie fernsehen und gleichzeitig im Internet surfen bzw. e-mailen? Welche Geräte nutzen Sie dann, um im Internet zu surfen?“

Männer sind beim Fernsehen insgesamt häufiger online

Online-Nutzung beim Fernsehen, in %

■ Männer
■ Frauen

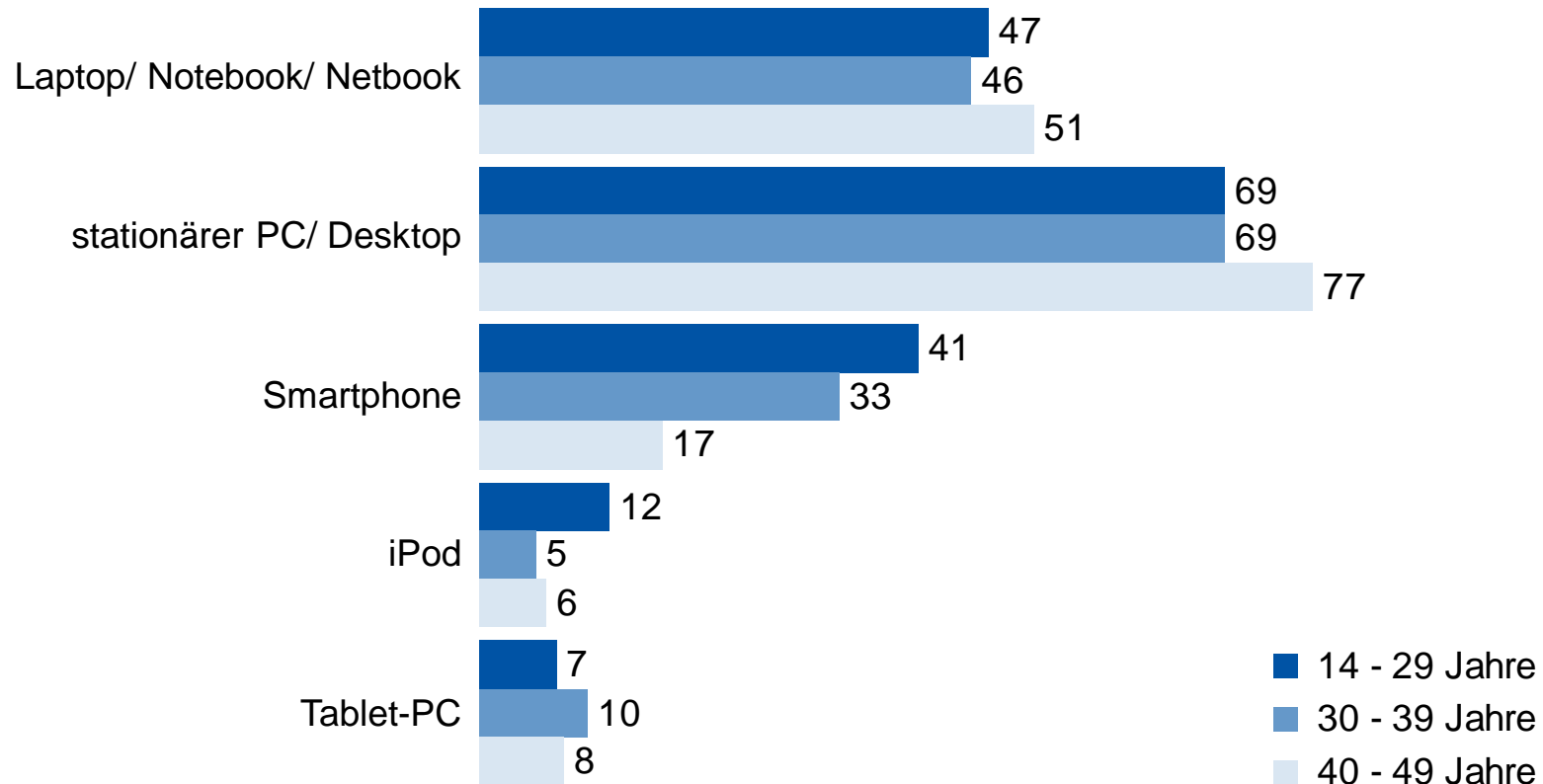


IP Deutschland/ TNS Emnid November 2011, Basis: TV-Zuschauer 14-49 Jahre, n= 895.

Frage: „Kommt es bei Ihnen vor, dass Sie fernsehen und gleichzeitig im Internet surfen bzw. e-mailen? Welche Geräte nutzen Sie dann, um im Internet zu surfen?“

Die jüngere Zielgruppe surft beim Fernsehen häufiger über Handhelds (Smartphones / iPod) im Internet

Geräte bei paralleler Online-Nutzung nach Alter, Angaben in %



IP Deutschland/ TNS Emnid November 2011, Basis: TV-Zuschauer 14-49 Jahre, die zumindest selten beim Fernsehen im Internet surfen, n= 468.
Frage: „Welche Geräte nutzen Sie dann, um im Internet zu surfen?“



Digitalbarometer
Dezember 2011



Das Internet ermöglicht Interaktivität rund um das Programm

Statements zur Parallelnutzung, (mind. selten) in %

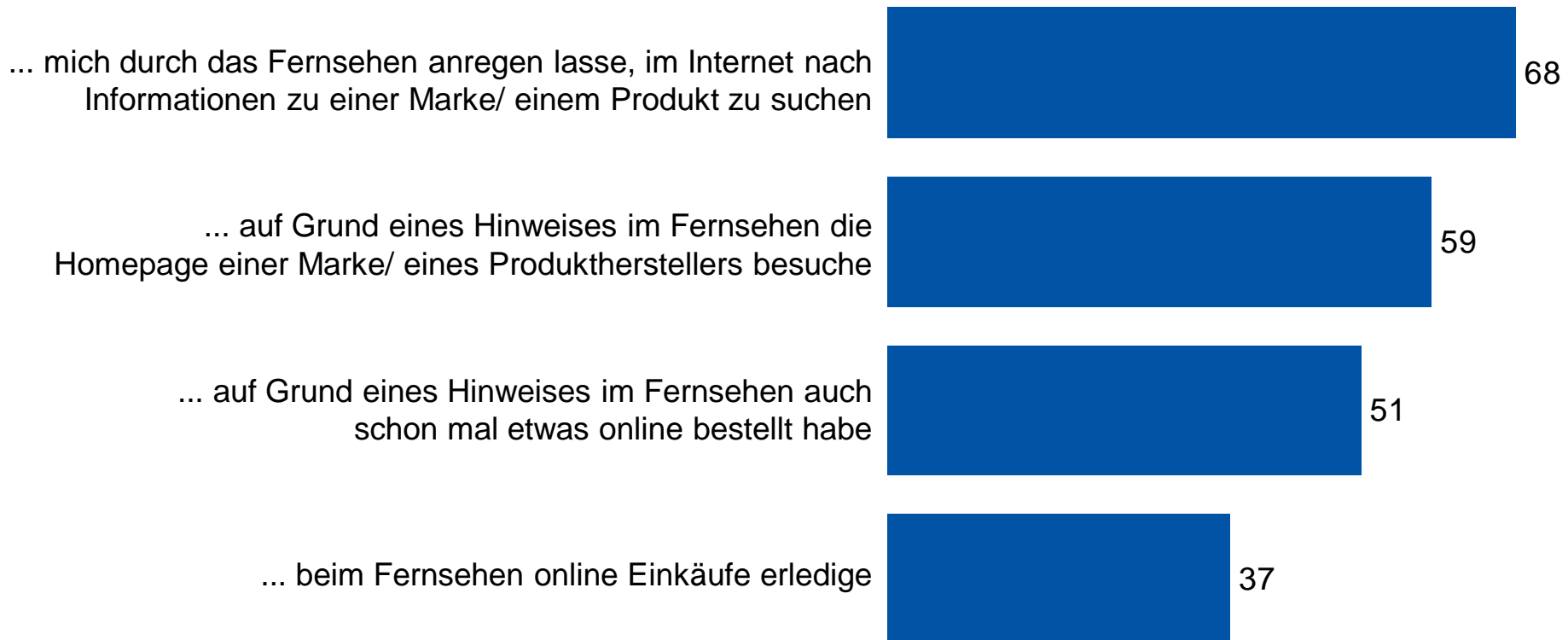


IP Deutschland/ TNS Emnid November 2011, Basis: Erw. 14-49 Jahre mit Parallel-Nutzung mind. selten, n= 468.

Frage: „Im Folgenden lese ich Ihnen einige Aussagen zur Internetnutzung beim Fernsehen vor. Bitte geben Sie jeweils an, ob die jeweilige Möglichkeit auf Sie persönlich häufig, gelegentlich, selten oder gar nicht zutrifft. Wenn ich beim Fernsehen im Internet bin, kommt es vor, dass ich ...“

Fernsehen liefert Impulse, die online intensiviert werden und bis zum Online-Kauf führen können

Statements zur Parallelnutzung, (mind. selten) in %

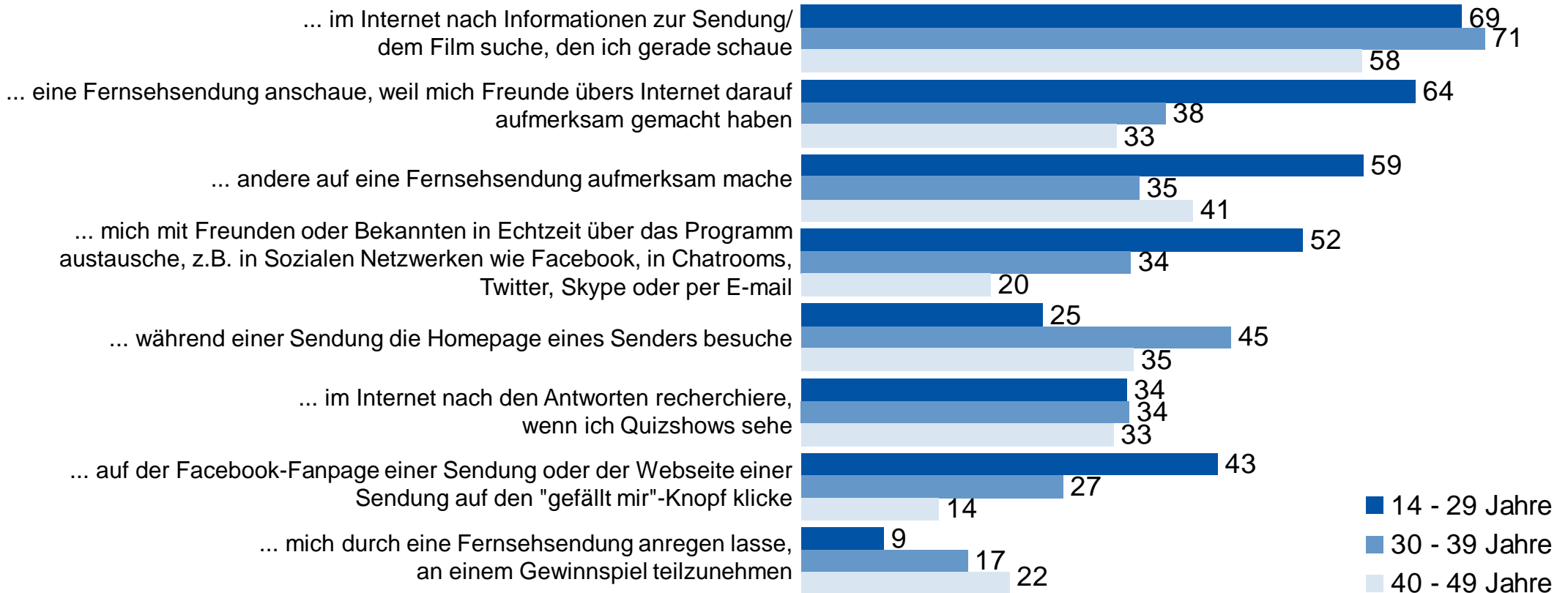


IP Deutschland/ TNS Emnid November 2011, Basis: Erw. 14-49 Jahre mit Parallel-Nutzung mind. selten, n= 468.

Frage: „Im Folgenden lese ich Ihnen einige Aussagen zur Internetnutzung beim Fernsehen vor. Bitte geben Sie jeweils an, ob die jeweilige Möglichkeit auf Sie persönlich häufig, gelegentlich, selten oder gar nicht zutrifft. Wenn ich beim Fernsehen im Internet bin, kommt es vor, dass ich ...“

Die junge Zielgruppe nutzt das Internet deutlich intensiver, um sich mit anderen über das TV-Programm auszutauschen

Statements zur Parallelnutzung, (mind. selten) in %

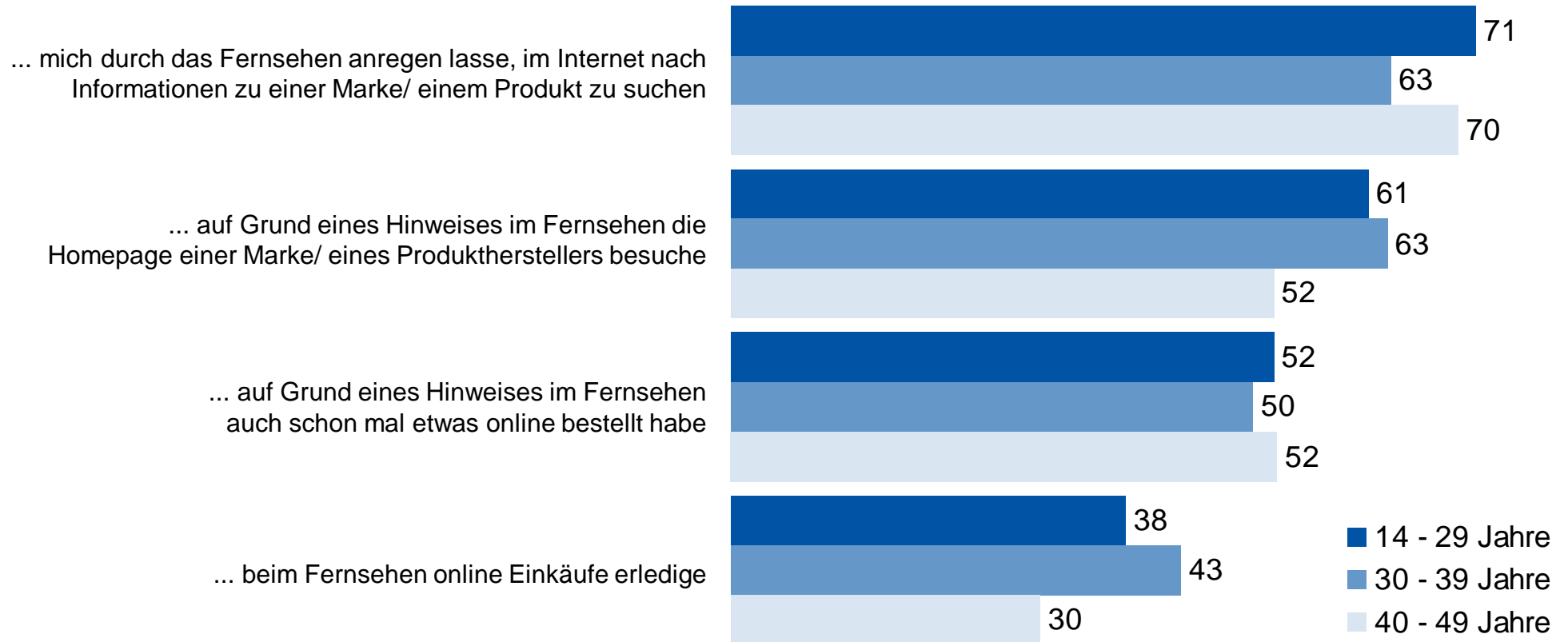


IP Deutschland/ TNS Emnid November 2011, Basis: Erw. 14-49 Jahre mit Parallel-Nutzung mind. selten, n= 468.

Frage: „Im Folgenden lese ich Ihnen einige Aussagen zur Internetnutzung beim Fernsehen vor. Bitte geben Sie jeweils an, ob die jeweilige Möglichkeit auf Sie persönlich häufig, gelegentlich, selten oder gar nicht zutrifft. Wenn ich beim Fernsehen im Internet bin, kommt es vor, dass ich ...“

Vor allem 30-39jährige shoppen gern beim Fernsehen oder sehen beim Online-Shopping gerne fern

Statements zur Parallelnutzung, (mind. selten) in %

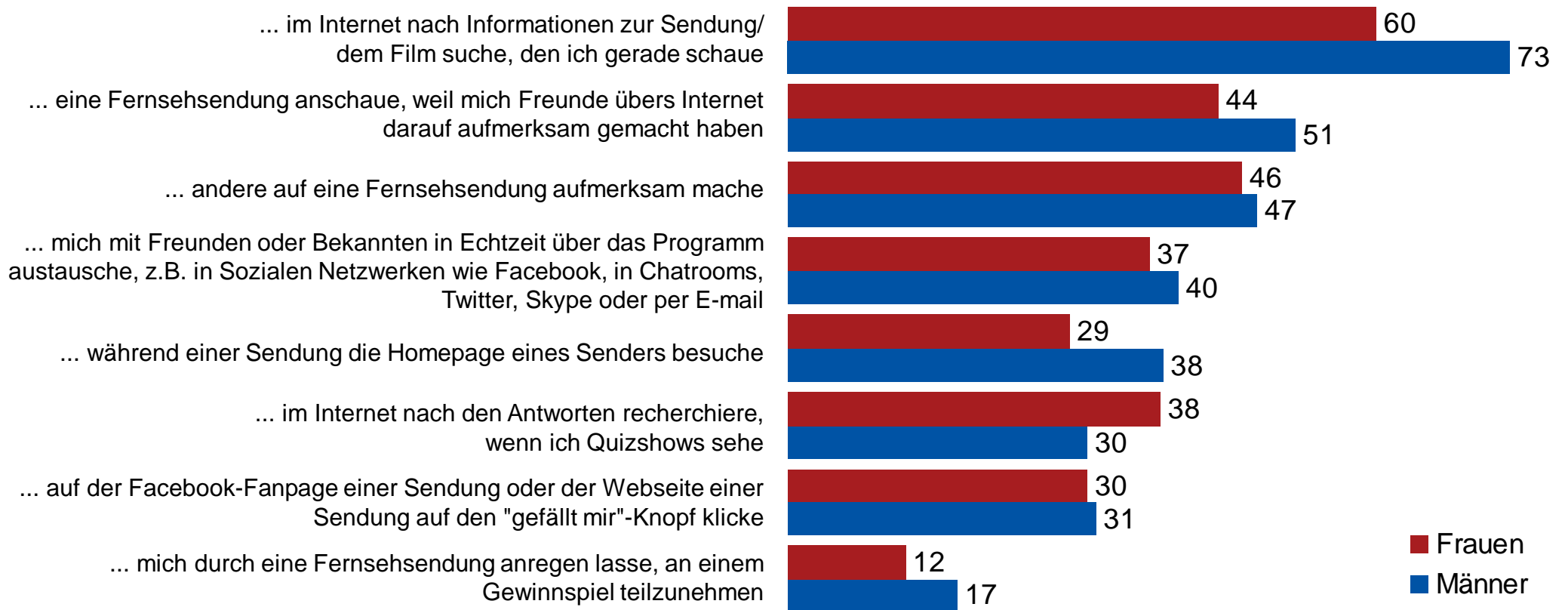


IP Deutschland/ TNS Emnid November 2011, Basis: Erw. 14-49 Jahre mit Parallel-Nutzung mind. selten, n= 468.

Frage: „Im Folgenden lese ich Ihnen einige Aussagen zur Internetnutzung beim Fernsehen vor. Bitte geben Sie jeweils an, ob die jeweilige Möglichkeit auf Sie persönlich häufig, gelegentlich, selten oder gar nicht zutrifft. Wenn ich beim Fernsehen im Internet bin, kommt es vor, dass ich ...“

Männer nutzen die Interaktivität des Internets stärker – nur bei der Recherche von Quizantworten haben Frauen die Nase vorn

Statements zur Parallelnutzung, (mind. selten) in %



IP Deutschland/ TNS Emnid November 2011, Basis: Erw. 14-49 Jahre mit Parallel-Nutzung mind. selten, n= 468.

Frage: „Im Folgenden lese ich Ihnen einige Aussagen zur Internetnutzung beim Fernsehen vor. Bitte geben Sie jeweils an, ob die jeweilige Möglichkeit auf Sie persönlich häufig, gelegentlich, selten oder gar nicht zutrifft. Wenn ich beim Fernsehen im Internet bin, kommt es vor, dass ich ...“

Männer sind bei der Suche nach Produktinformationen aktiver

Statements zur Parallelnutzung, (mind. selten) in %



IP Deutschland/ TNS Emnid November 2011, Basis: Erw. 14-49 Jahre mit Parallel-Nutzung mind. selten, n= 468.

Frage: „Im Folgenden lese ich Ihnen einige Aussagen zur Internetnutzung beim Fernsehen vor. Bitte geben Sie jeweils an, ob die jeweilige Möglichkeit auf Sie persönlich häufig, gelegentlich, selten oder gar nicht zutrifft. Wenn ich beim Fernsehen im Internet bin, kommt es vor, dass ich ...“

Fazit – Parallelnutzung: Interaktivität beim Fernsehen

- **Verbreitung:** Zwei Drittel (66%) der Fernsehzuschauer zwischen 14-49 Jahre surfen gar nicht oder nur selten beim Fernsehen im Internet – nur 16% tun es sehr häufig oder oft.
- **Soziodemografie:** Weibliche Fernsehzuschauer und TV-Zuschauer ab 40 Jahre surfen seltener beim Fernsehen im Internet.
- **Geräte:** Am häufigsten kommen Laptops bei der Parallelnutzung zum Einsatz, immerhin knapp ein Drittel greift auf Smartphones zurück. Handhelds wie Smartphones, aber auch internetfähige I-Pods sind besonders bei den jungen Parallelnutzern verbreitet.
- **Unterschiede nach Genre:** Die geringste Parallelnutzung zeigt sich bei Serien und Shows - bei Reportagen und Sport wird am häufigsten im Internet gesurft. Reality-Formate und Sportsendungen regen am stärksten zum direkten Austausch via Internet an.
- **Verhalten:** Die Statements zur Parallelnutzung veranschaulichen, wie Zuschauer das Internet beim Fernsehen nutzen:
 - um sich intensiver mit dem TV-Programm auseinanderzusetzen, z.B. durch die Suche nach Hintergrundinformationen
 - um sich mit anderen über das Programm auszutauschen – in Echtzeit oder zeitversetzt
 - um sich über die gezeigten Marken und Produkte zu informieren – bis hin zum (Online-)Kauf!

Bei Rückfragen zum Digitalbarometer

Ihre Ansprechpartner

<p>Sandra Schümann Senior Projektleiterin Markt-Media-Forschung IP Deutschland GmbH Picassoplatz 1 50679 Köln www.ip-deutschland.de</p>	<p>Telefon: 0221 456 - 26431 Telefax: 0221 45695 - 26431 sandra.schuemann@ip-deutschland.de</p>
<p>Dr. Reinhold Horstmann Director TNS Emnid Stieghorster Straße 90 33605 Bielefeld www.tns-emnid.com</p>	<p>Telefon: 0521 9257 - 691 Telefax: 0521 9257 - 654 reinhold.horstmann@tns-emnid.com</p>