



TV-SEHER SIND MEISTENS OFFLINE

Fakten zum Phänomen Parallelnutzung

17.01.2013 Köln, IP Deutschland

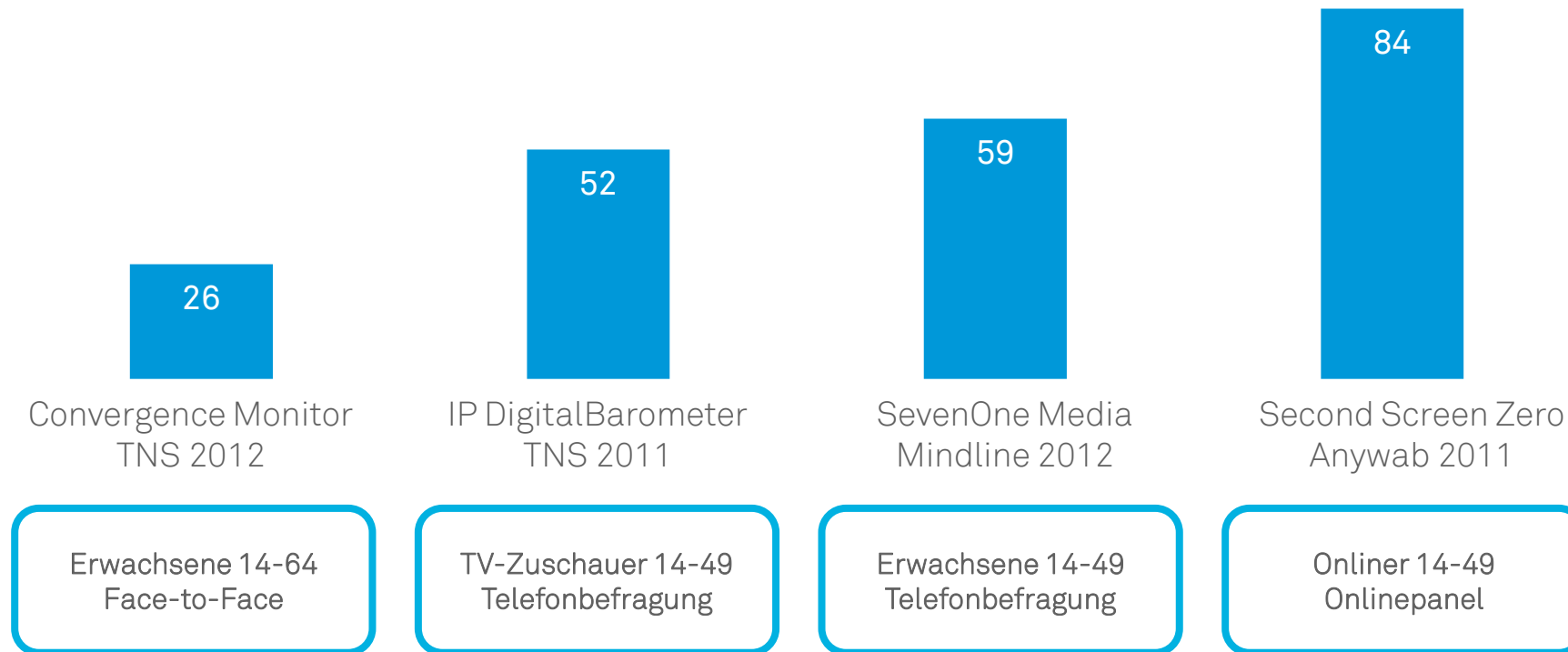


Studienvergleich

METHODEN- UND ZIELGRUPPENEFFEKTE BEIM THEMA „PARALLELNUTZUNG“



Anteil Parallelnutzer (mind. selten), in %



TNS CONVERGENCE MONITOR 2012



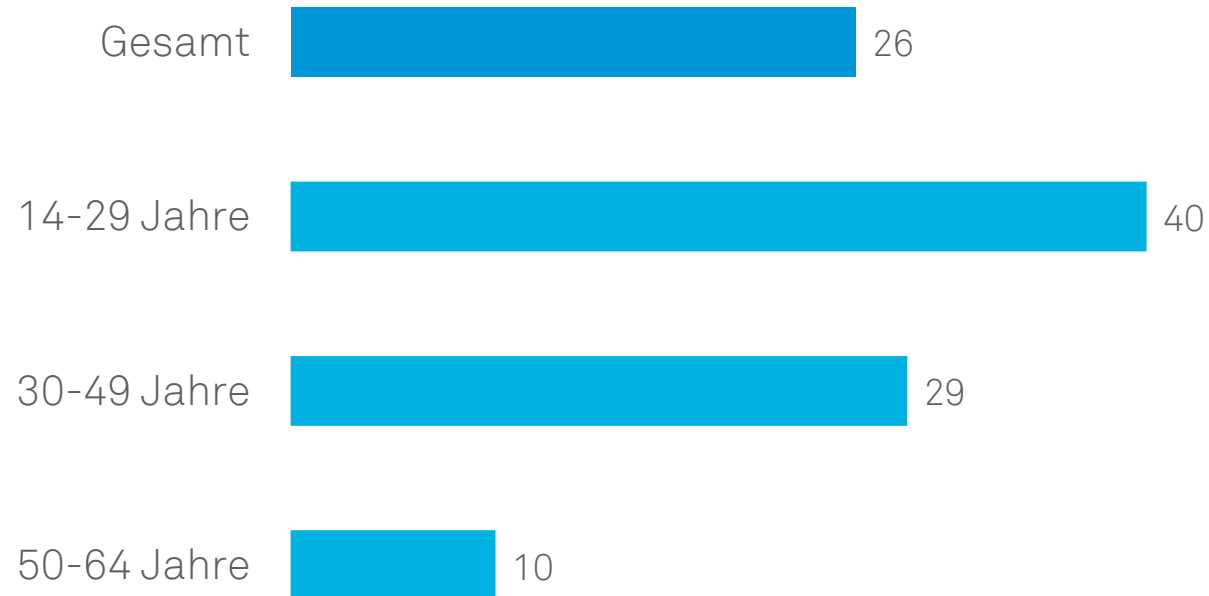
Grundgesamtheit / Fallzahl	Deutschsprachige Wohnbevölkerung zwischen 14 und 64 Jahren in Privat-HH bzw. Privat-HH mit mind. 1 Person von 14 bis 64 Jahren in Deutschland 1.531 Interviews
Stichprobenanlage	Mehrfach geschichtete, mehrstufige Random-Stichprobe Bevölkerungsrepräsentative Erhebung
Gewichtung / Projektionsbasis	Strukturdaten der agma (werden auch für das AGF-Fernsehpanel verwendet) Projektion: Deutsche + EU-Ausländer + Sonstige Ausländer mit Bildungsabschluss zwischen 14 und 64 Jahren
Erhebungsmethode / Interviewmethode	Computergestützte Face-to-Face-Befragung (CAPI)
Feldzeit	April / Mai 2012

*Die Daten wurden bevölkerungsrepräsentativ erhoben und auf Basis von Strukturdaten der agma gewichtet.

Parallelnutzer im Zielgruppenvergleich EIN VIERTEL DER GESAMTBEVÖLKERUNG NUTZT INTERNET PARALLEL ZUM TV



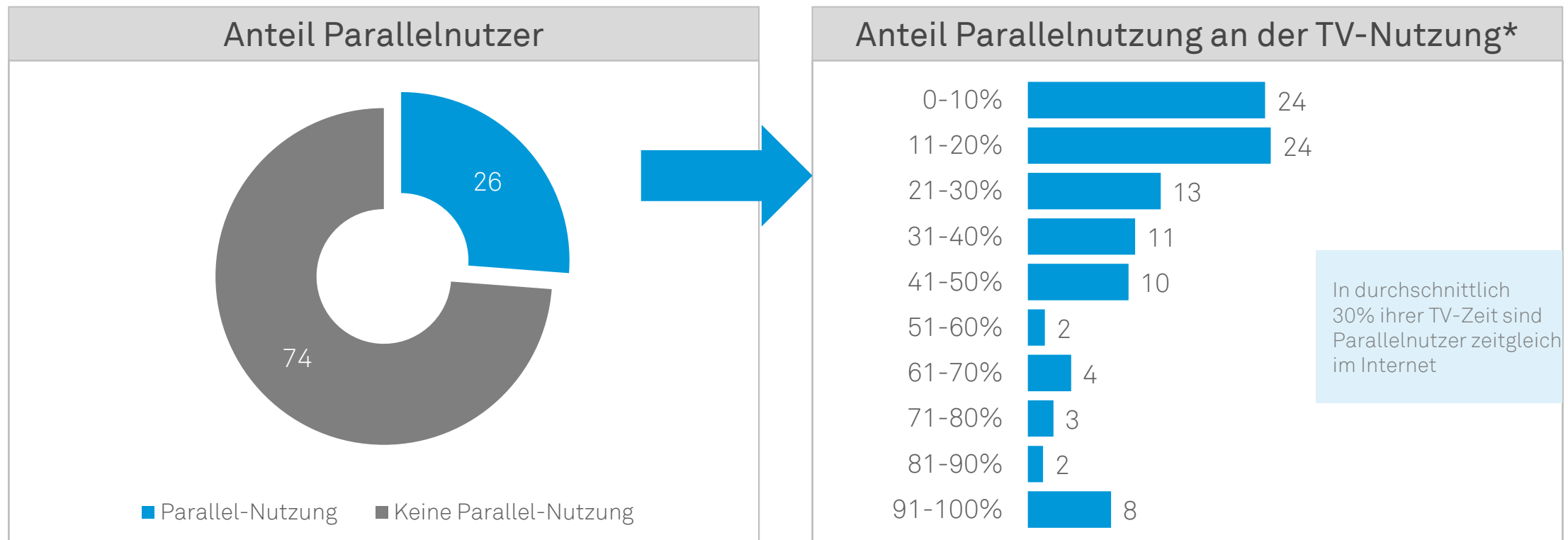
Anteil Parallel-Nutzer im Zielgruppenvergleich, in %



Fragestellung:
„Kommt es bei Ihnen vor, dass Sie gleichzeitig fernsehen und mit einem PC, Notebook, Tablet oder Smartphone im Internet surfen bzw. Ihre E-Mails checken?“

Parallelnutzung GUT EIN VIERTEL SURFT BEIM FERNSEHEN – ABER NICHT STÄNDIG

Anteile der Parallelnutzer sowie der Parallelnutzung, in %



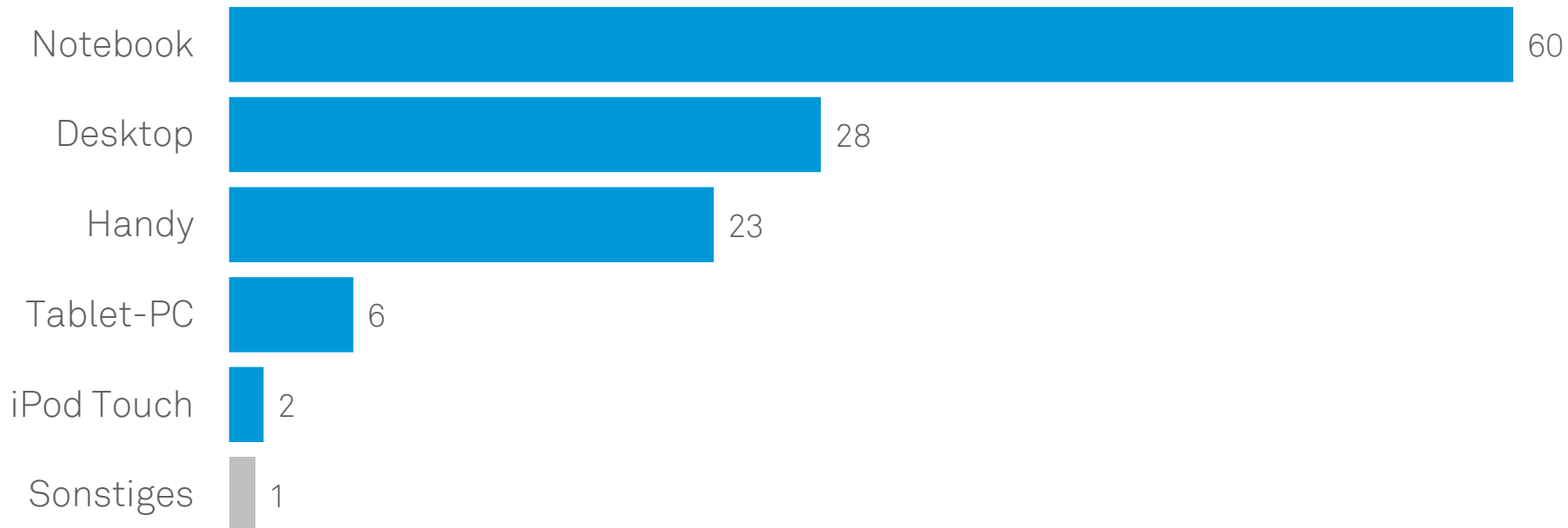
Quelle: TNS Convergence Monitor 2012.

Grundgesamtheit: Personen 14-64 Jahre, 53,975 Mio. / Basis: Alle Befragten (n=1.531); * Basis: Parallel-Nutzer, n = 369.

Parallelnutzung DER HÄUFIGSTE BEGLEITER AUF DER COUCH IST DAS NOTEBOOK



Genutzte Endgeräte bei der Parallel-Nutzung, in %

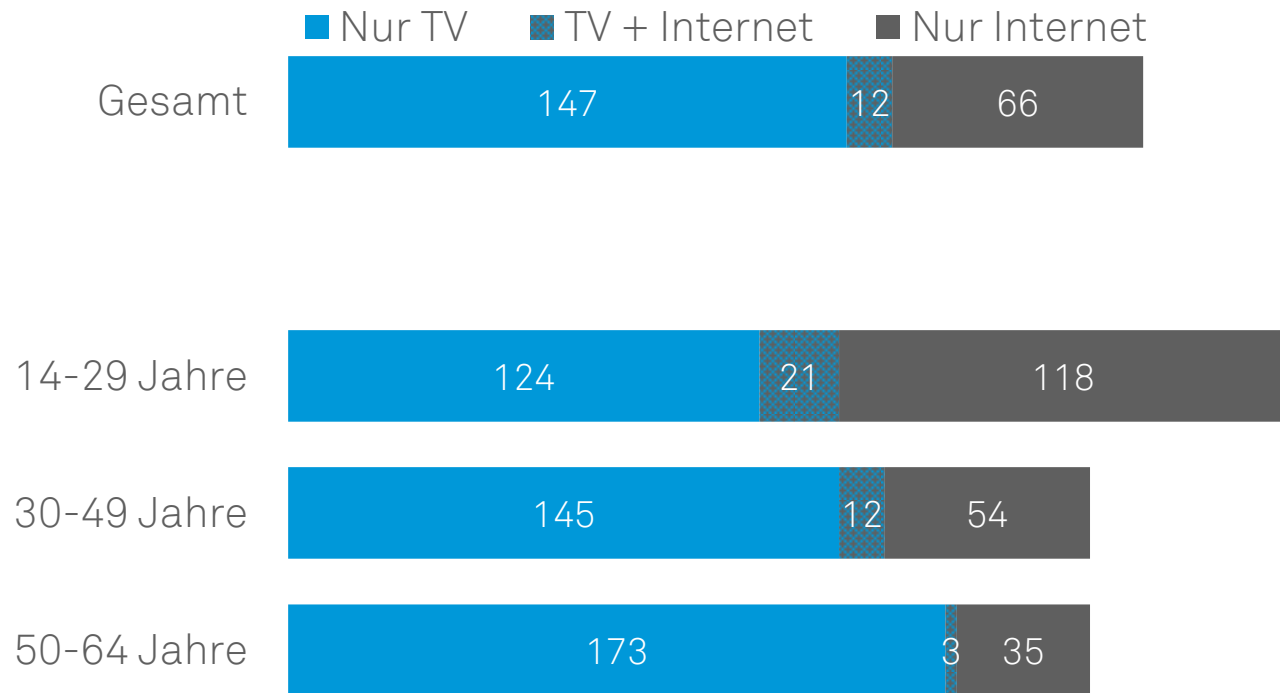


Quelle: TNS Convergence Monitor 2012. Mehrfachantworten
Grundgesamtheit: Personen 14-64 Jahre, 53,975 Mio. / Basis: Parallelnutzer (n=369).

Exklusiv- und Parallelnutzung FERNSEHEN WIRD ÜBERWIEGEND OHNE LAPTOP & CO GESCHAUT



Exklusiv- und Parallel-Nutzung, in Minuten



Fernseh-Nutzung gesamt	Internet-Nutzung gesamt
159 Min.	78 Min.

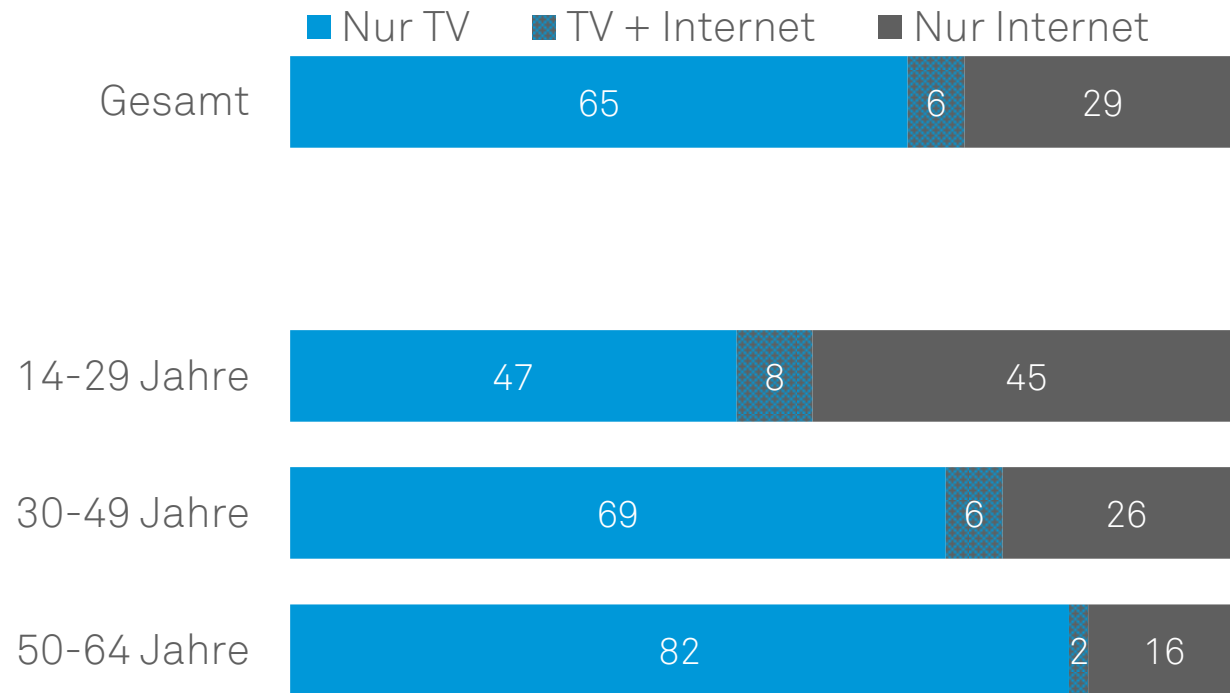
145 Min.	139 Min.
157 Min.	66 Min.
176 Min.	38 Min.

Quelle: TNS Convergence Monitor 2012.
Grundgesamtheit: Personen 14-64 Jahre, 53,975 Mio. / Basis: Alle Befragten (n=1.531).

Exklusiv- und Parallelnutzung STARKE EXKLUSIVNUTZUNG IN ALLEN ALTERSGRUPPEN



Anteil Exklusiv- und Parallel-Nutzung, in %



Fernseh-Nutzung gesamt	Internet-Nutzung gesamt	Anteil Parallel-nutzung an TV-Zeit
159 Min.	78 Min.	8%

145 Min.	139 Min.	15%
157 Min.	66 Min.	7%
176 Min.	38 Min.	2%

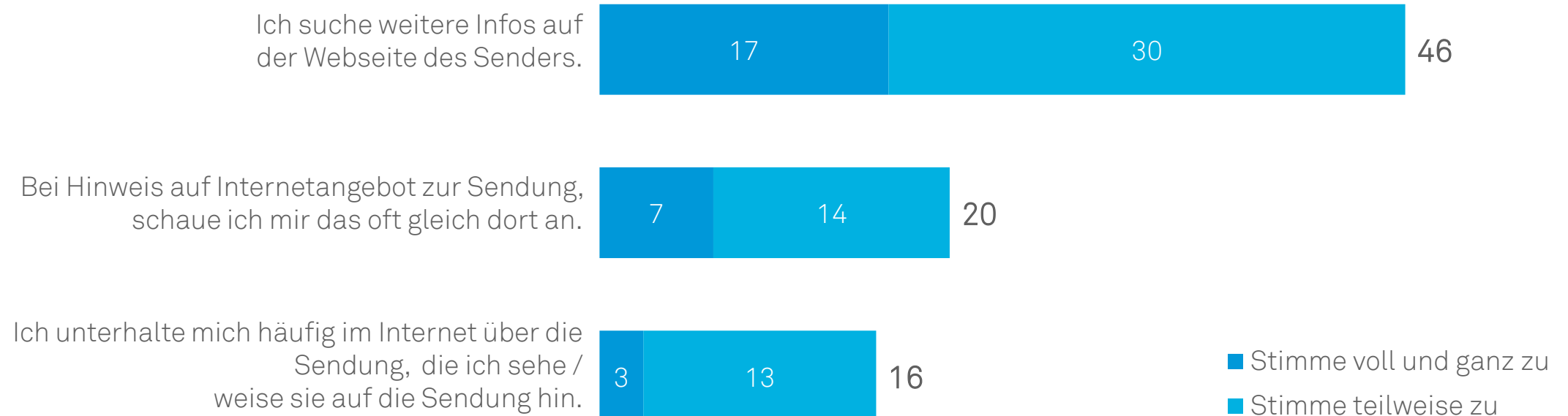
Quelle: TNS Convergence Monitor 2012.
Grundgesamtheit: Personen 14-64 Jahre, 53,975 Mio. / Basis: Alle Befragten (n=1.531).

Benefits

PARALLELNUTZUNG VERTIEFT OFTMALS DAS TV-ERLEBNIS



Statements zur Parallelnutzung, in %

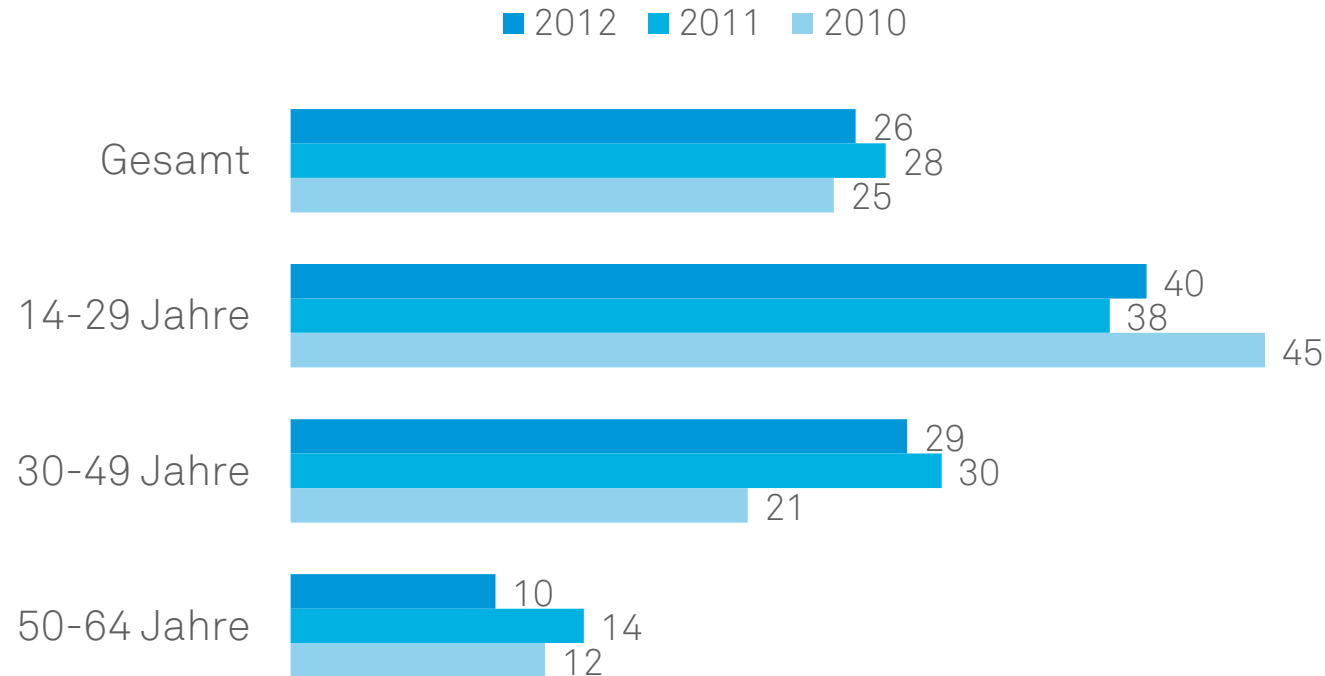


Quelle: TNS Convergence Monitor 2012.

Grundgesamtheit: Personen 14-64 Jahre, 53,975 Mio. / Basis: Parallelnutzer (n=369).

Entwicklung ANTEIL DER PARALLELNUTZER AUF WEITGEHEND KONSTANTEM NIVEAU

Anteil Parallel-Nutzer nach Zielgruppen im Zeitverlauf, in %

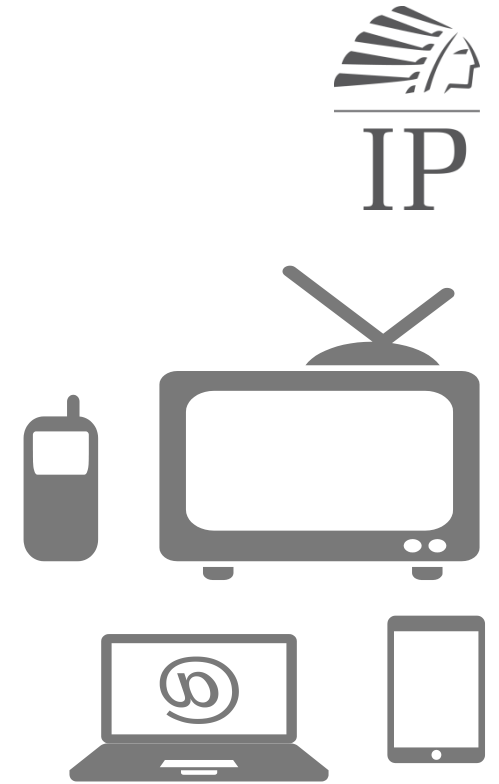


Fragestellung:
„Kommt es bei Ihnen vor, dass Sie gleichzeitig fernsehen und mit einem PC, Notebook, Tablet oder Smartphone im Internet surfen bzw. Ihre E-Mails checken?“

Fazit Parallelnutzung

DIE EXKLUSIVE TV-NUTZUNG BLEIBT DER REGELFALL

- Bei 26% der Befragten kommt es zumindest gelegentlich vor, dass sie beim Fernsehen im Internet surfen.
- In der jungen Zielgruppe der 14- bis 29-Jährigen gibt es mehr Parallelnutzer.
- Am häufigsten kommen Notebooks bei der Parallelnutzung zum Einsatz, gefolgt von Desktops und Handys – Tablets werden auf Grund ihrer (noch) geringen Verbreitung deutlich seltener verwendet.
- Die exklusive Fernsehnutzung bleibt dominierend – in nur etwa 8% der TV-Zeit sind Laptop & Co parallel im Einsatz.
- Bei der Parallelnutzung mit Programmbezug nutzen Zuschauer das Internet, um sich intensiver mit dem TV-Programm auseinanderzusetzen, z.B. durch die Suche nach Hintergrundinformationen oder um sich mit anderen über das Programm auszutauschen.
- Der Anteil der Parallelnutzer ist in den letzten drei Jahren nicht angestiegen.



BEI RÜCKFRAGEN

Ihr Ansprechpartner:

Sandra Schümann

Senior Projektleiterin

Markt-Media-Forschung

Picassoplatz 1

50679 Köln

www.ip-deutschland.de

Telefon:

0221 456-26431

Telefax:

0221 45695-26431

E-Mail:

sandra.schuemann@ip-deutschland.de

Registergericht: Amtsgericht Köln HRB 33 057 | Geschäftsführer: Matthias Dang | USt.-IDNr. DE 114 383 325

