

Kartografie von Bewegtbild – Kinder

Stellenwert unterschiedlicher Medien im Alltag

Cornelia Krebs

Leiterin Werbewirkungsforschung
IP Deutschland

Maren Boecker

Geschäftsleitung
MehrBlicke

1932 Zukunftsvision – heute schon Alltag



„Ein Herr, der vor ihnen auf dem Trottoir langfuhr, trat plötzlich aufs Pflaster, zog einen Telefonhörer aus der Manteltasche, sprach eine Nummer hinein und rief: ‚Gertrud, hör mal, ich komme heute eine Stunde später zum Mittagessen. Ich will vorher noch ins Laboratorium. Wiedersehen, Schatz!’ Dann steckte er sein Taschentelefon wieder weg, trat auf’s laufende Band, las in einem Buch und fuhr seiner Wege.“ (1932)

Hochwertige Smartphones werden Standard



Zahl der Smartphone-Nutzer
in Deutschland:

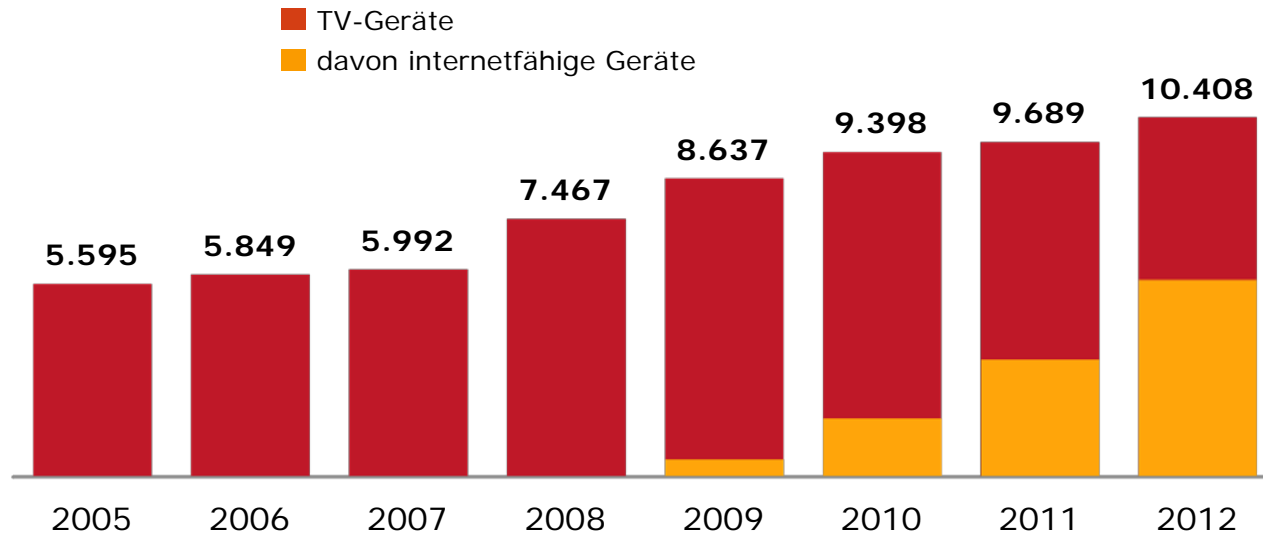
heute ca. 27 Millionen



2015 über 42 Millionen*

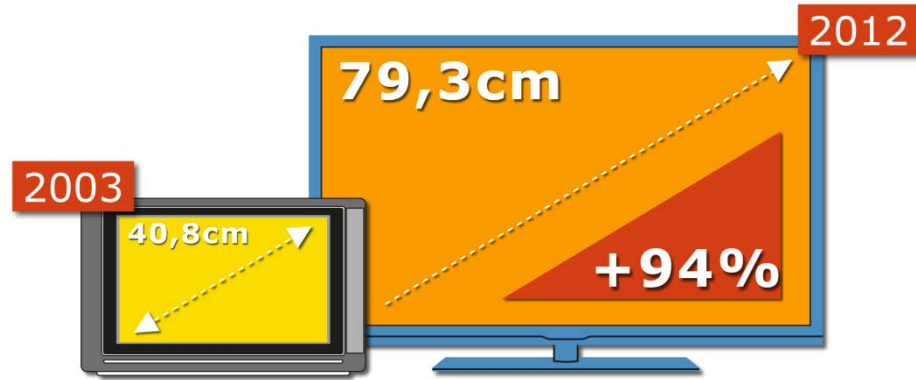
TV-Geräte-Absatz in Deutschland auf Rekordniveau

Verkaufte TV-Geräte in Deutschland in Tausend



- 2012 wurden erstmals mehr als zehn Millionen Fernsehgeräte in Deutschland verkauft.
- Somit hat jeder achte Deutsche 2012 ein neues Fernsehgerät gekauft.
- Dieses Rekordniveau wird laut Prognosen 2013 stabil bleiben.

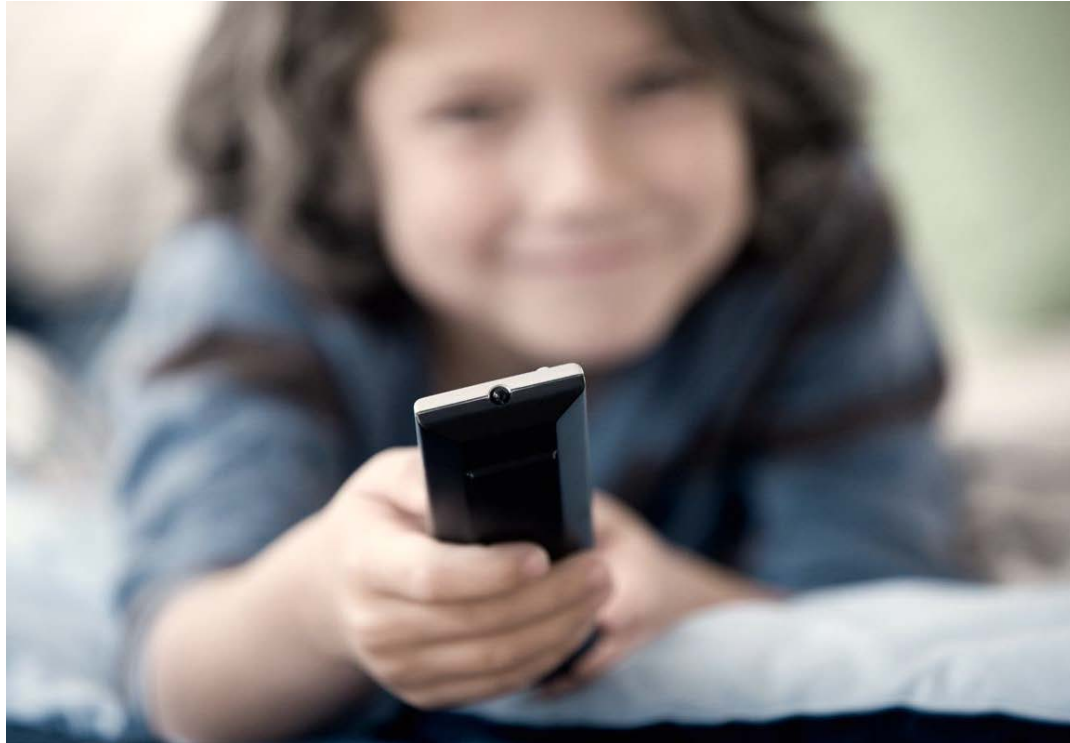
Der Trend zu großen Bildschirmen hält an



- Am stärksten wuchs 2012 das Marktsegment ab 42 Zoll (106 cm)
- Immer größere Geräte mit noch besserer Bildqualität:
Samsung präsentierte auf der CES 2013 ein TV-Gerät mit 110 Zoll (2,79 m) Diagonale bei vierfacher HD-Auflösung

Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK, TV Scope 5.0, Cross-Analyse, Haushalte; IP Deutschland, 13.03.2013

Viele offene Fragen...



- Wie integrieren Kinder Medien in ihren Alltag?
- Wie sieht die Multi-Screen-Realität in den Kinderzimmern aus?
- Welchen Einfluss hat die Nutzung auf die Wahrnehmung der Geräte?
- Gibt es unterschiedliche emotionale Bindungen zu den Geräten?
- **Was ist für Kinder der „First Screen“ – und wieso?**

Von der Exploration zur Quantifizierung



MehrBlicke
MARENBOECKER
www.mehr-blicke.de

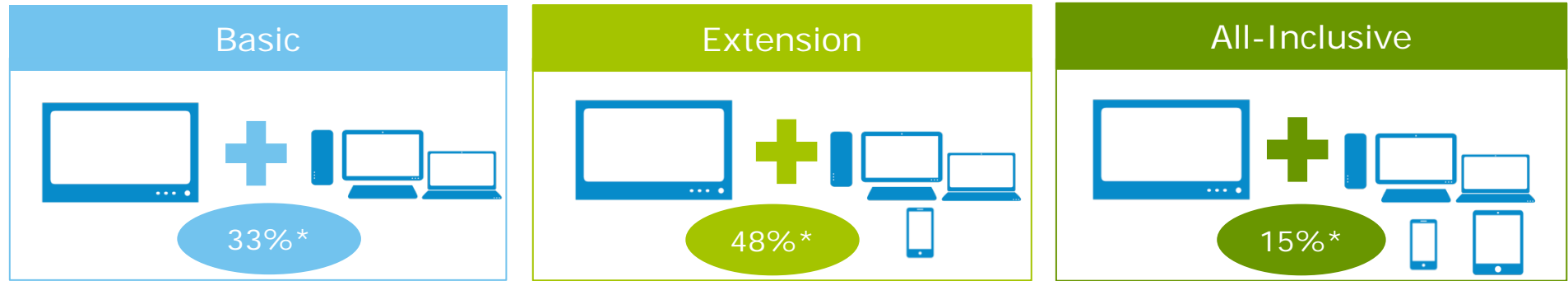
- 30 In-home-Interviews mit Kindern im Alter von 6 bis 13 Jahren sowie deren Eltern
- Zumindest Gelegenheitsseher von SUPER RTL und TV-Inhalten im Internet



INNOFACT  **AG**

- Onlinebefragung von Kindern und Eltern (CAWI)
- N=635 Interviews mit 6- bis 13-jährigen Jungen und Mädchen sowie deren Eltern

Drei Nutzergruppen im Visier



Voraussetzungen für Zuordnung zur jeweiligen Zielgruppe:

- Gerät ist seit mindestens 9 Monaten im Haushalt vorhanden
- Gerät gehört dem Kind ODER darf vom Kind mitbenutzt werden (selbständige Nutzung, nach Absprache, nur unter Aufsicht)

Unterschiedliche Nutzungsrealitäten ≠ Stereotypen

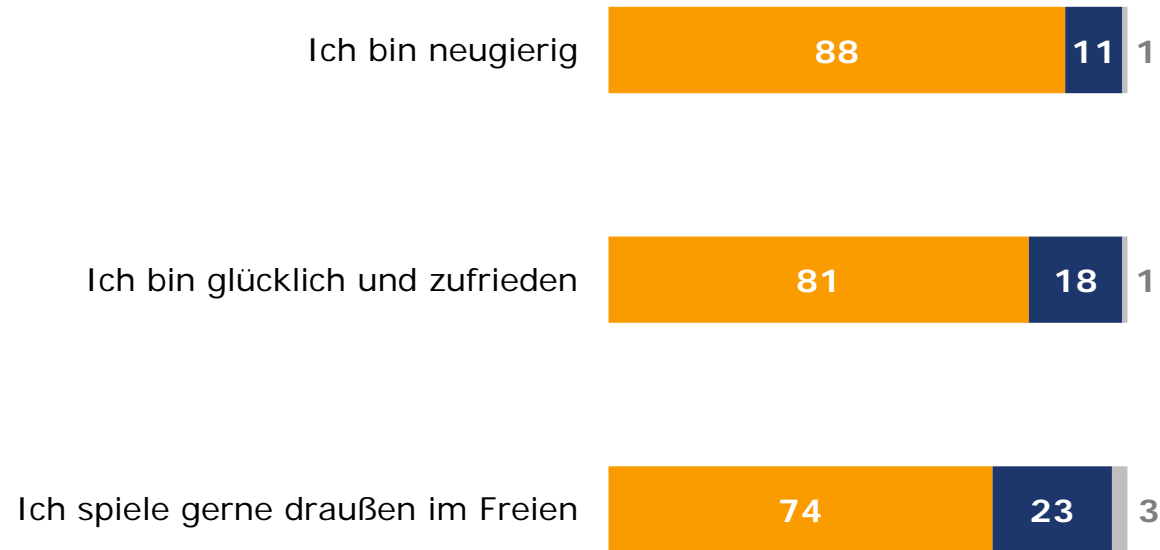


Die Kinder haben ein positives Selbstbild

Selbsteinschätzung des Kindes

in %

■ Trifft zu ■ Geht so ■ Trifft nicht zu

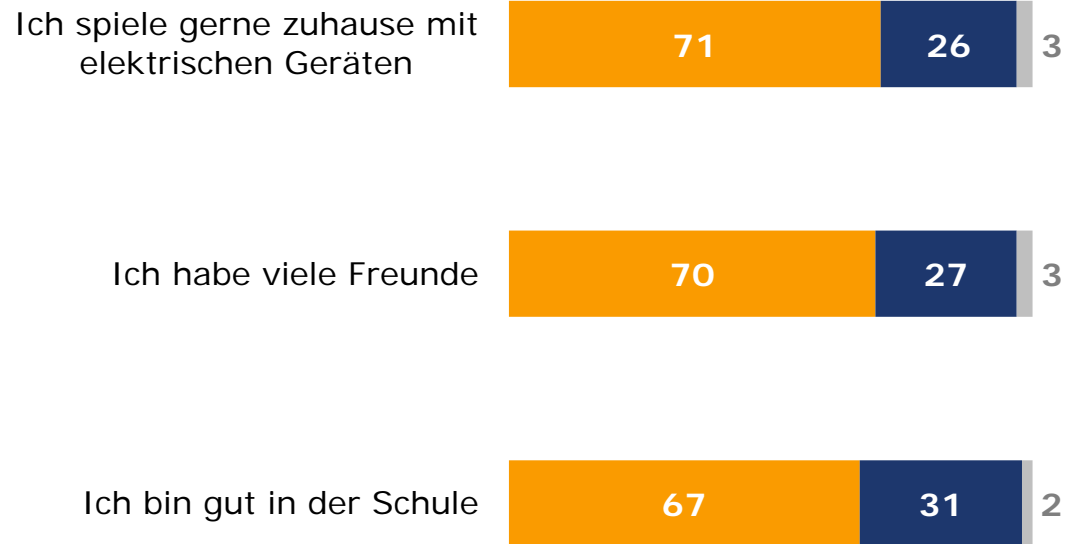


Viele Freunde und gute Leistungen in der Schule

Selbsteinschätzung des Kindes

in %

■ Trifft zu ■ Geht so ■ Trifft nicht zu

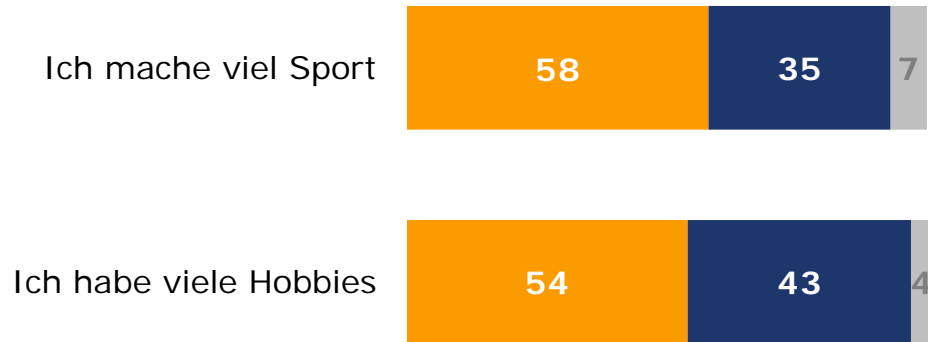


Hobbys und viel Sport gehören zum Alltag

Selbsteinschätzung des Kindes

in %

■ Trifft zu ■ Geht so ■ Trifft nicht zu



Elterneinschätzung passt zum Selbstbild der Kinder



Persönlichkeitsbewertung

Top 5-Nennungen

Selbsteinschätzung der Kinder

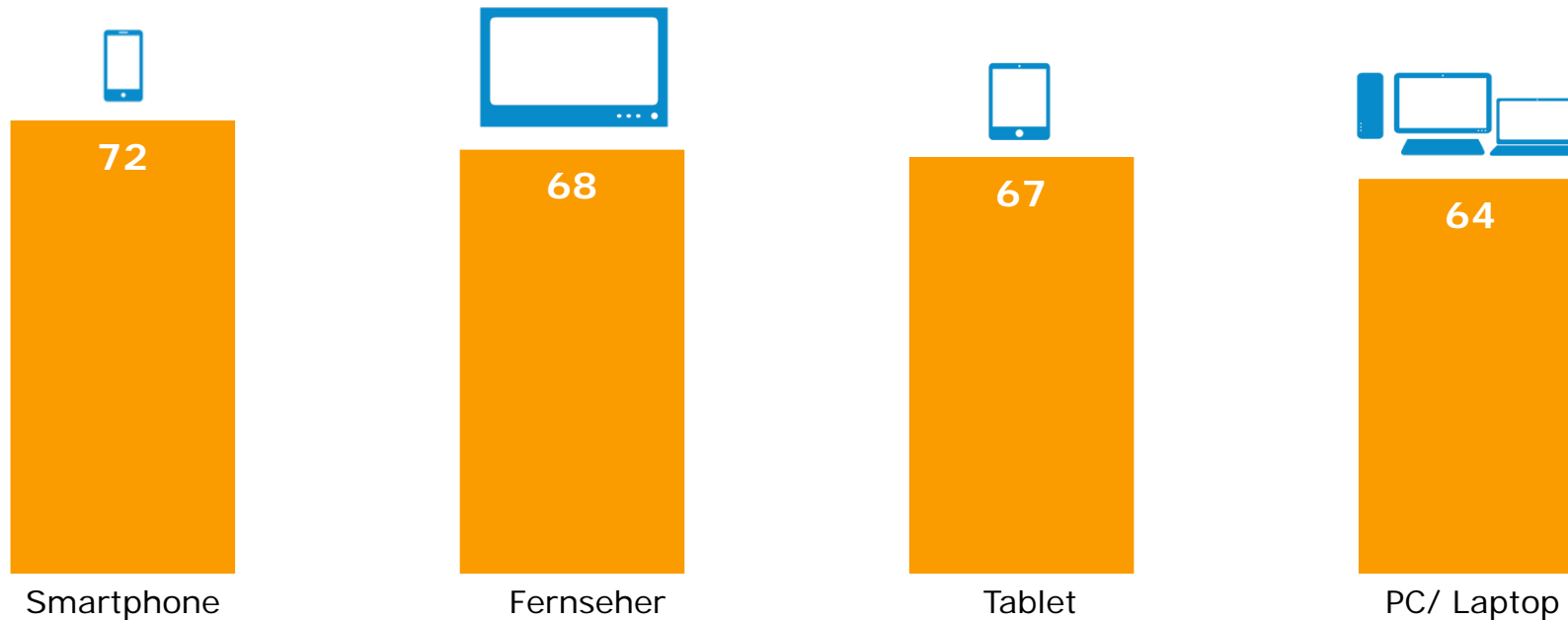
- neugierig
- glücklich / zufrieden
- gern im Freien spielen
- viele Freunde
- gut in der Schule

Einschätzung der Eltern

- offen und neugierig
- glücklich / zufrieden
- gut in der Schule
- kann sich gut alleine beschäftigen
- selbstbewusst

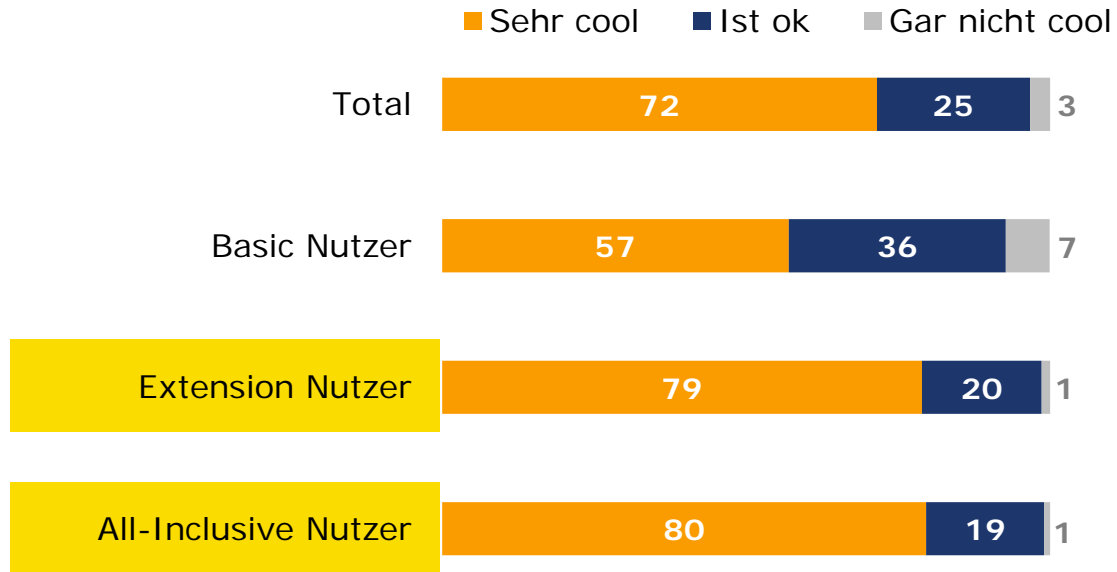
Smartphones sind die coolsten Endgeräte

„Wie cool findest du dieses Gerät?": „Sehr cool“
in %



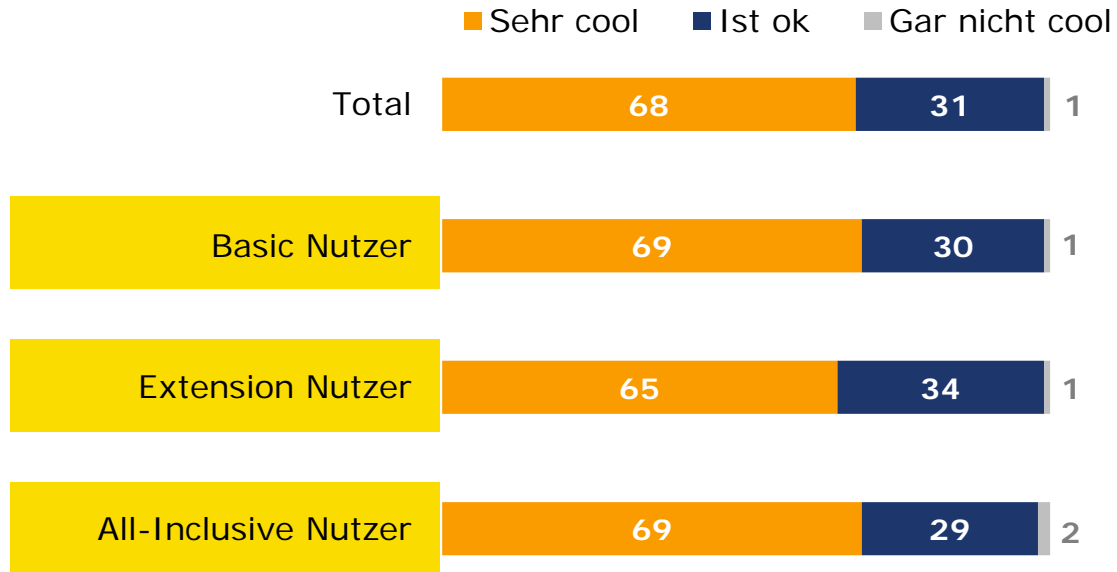
Smartphone: Mit der Nutzung steigt die Coolness

„Wie cool findest du dieses Gerät?“
in %



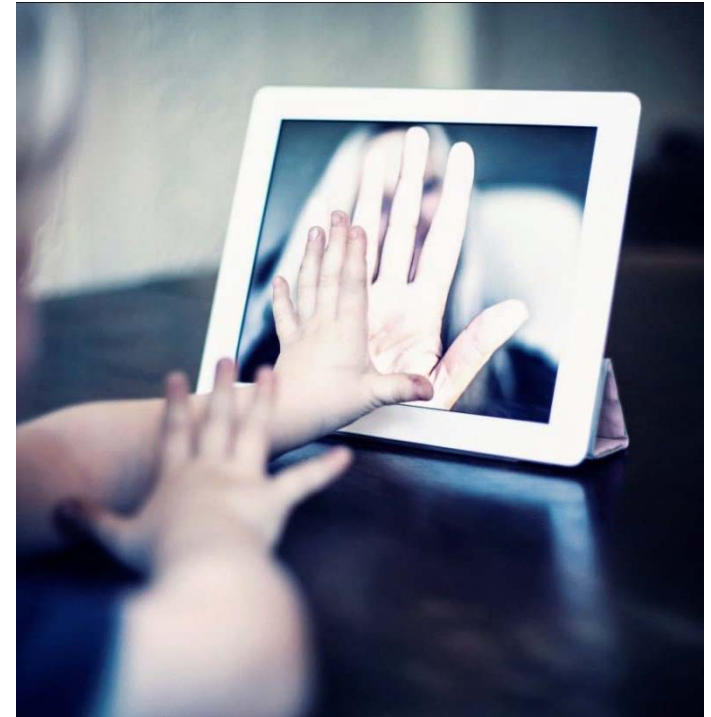
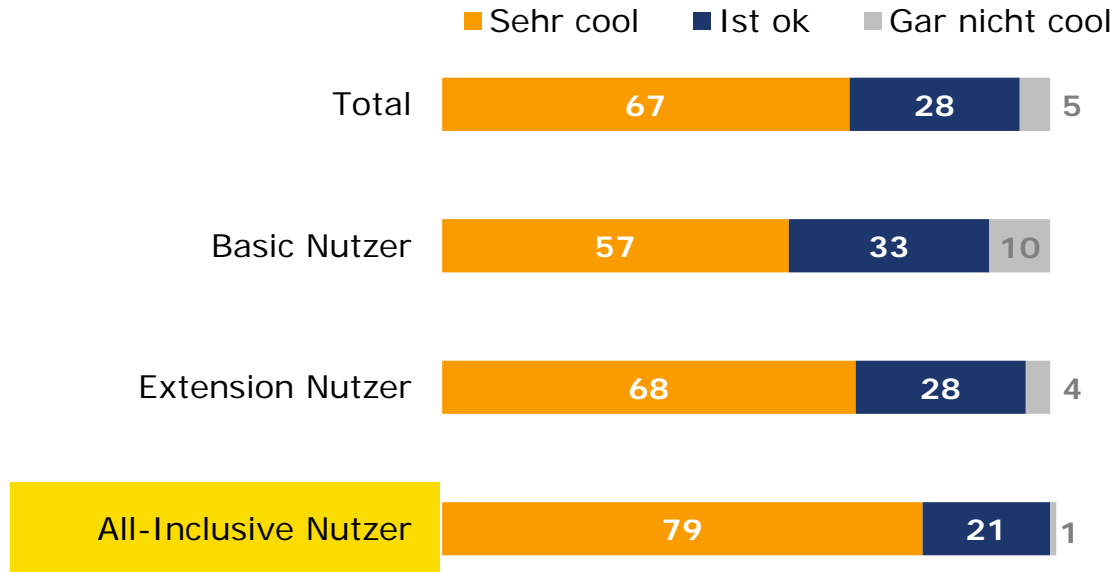
Fernseher: Von allen Nutzungsgruppen gleich cool erlebt

„Wie cool findest du dieses Gerät?“
in %



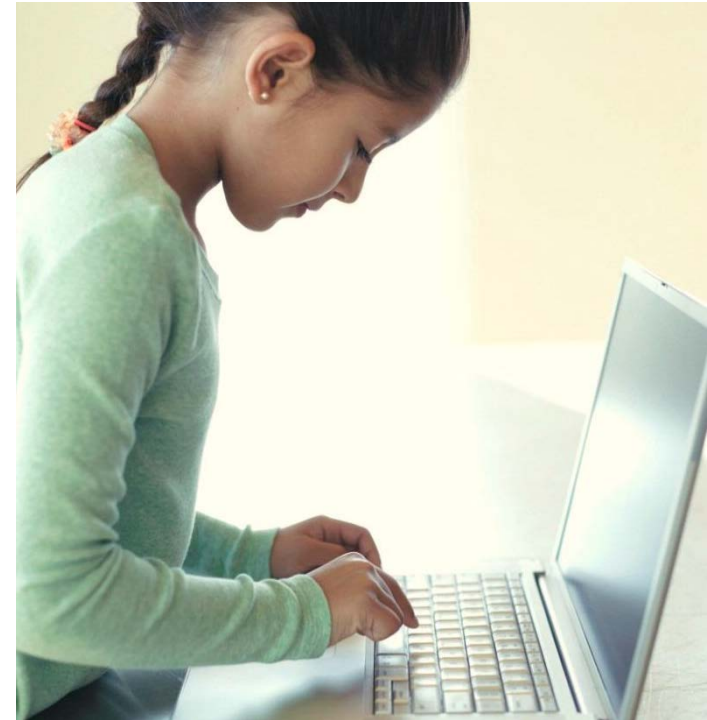
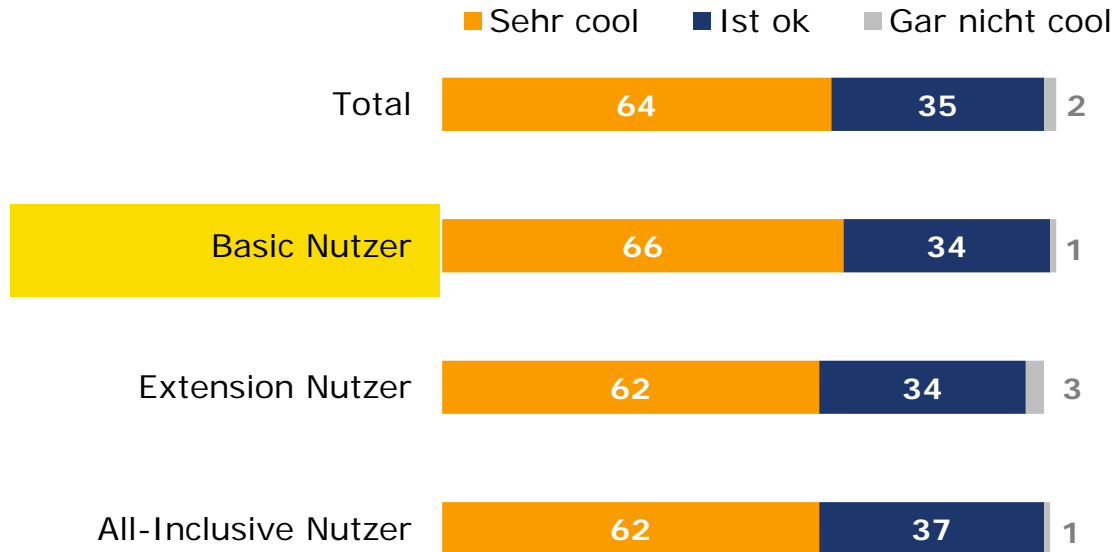
Tablet PC: Auch hier steigt die Coolness mit der Nutzung

„Wie cool findest du dieses Gerät?“
in %

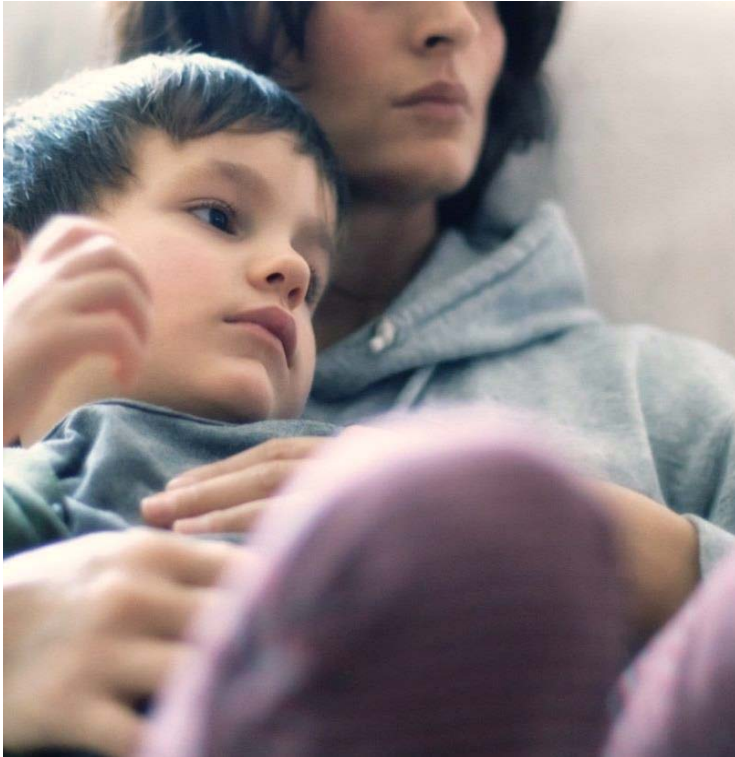


PC/Laptop: Für Basic Nutzer cooler als Tablet

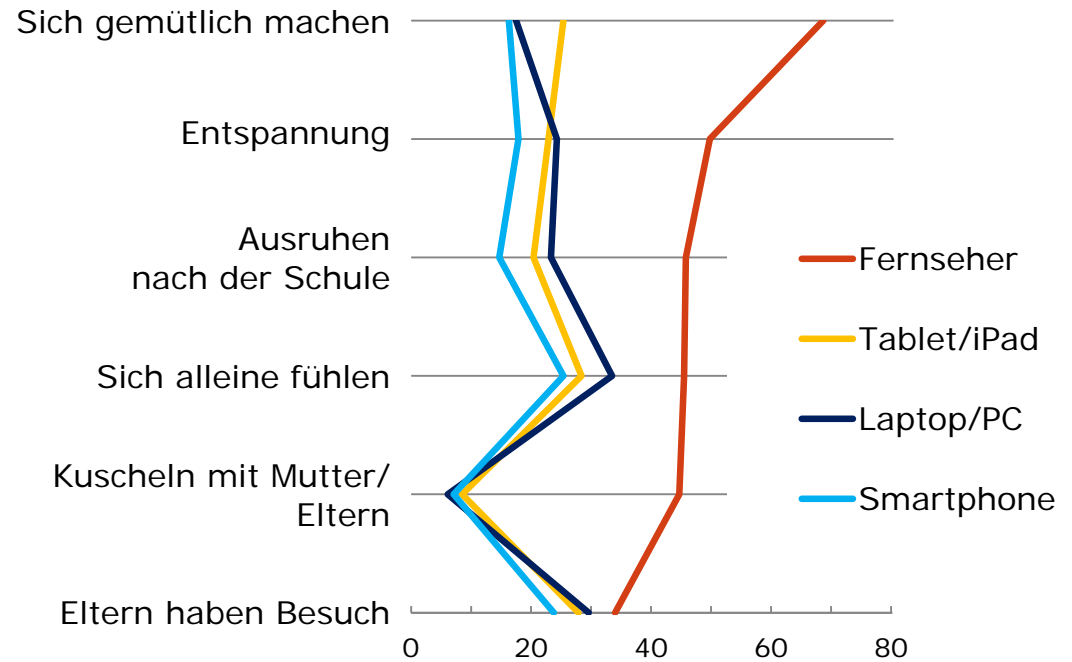
„Wie cool findest du dieses Gerät?“
in %



TV ist der mediale Schutz- und Kuschelraum



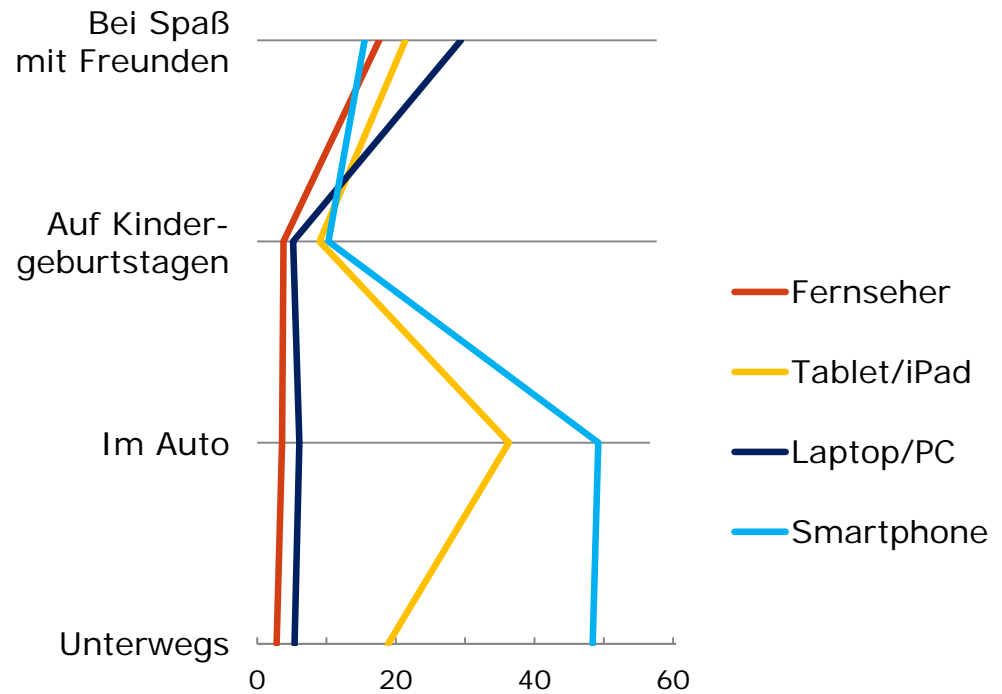
Situationsabhängige Gerätenutzung
alle Kinder, in %



Smartphones sind die mobilen Begleiter



Situationsabhängige Gerätenutzung alle Kinder, in %



Kinder streben in ihrem medialen Nutzungs-Alltag nach verschiedenen Belohnungen



Jedes Gerät hat eine spezifische Funktion

TV

Unverzichtbares Familienmitglied



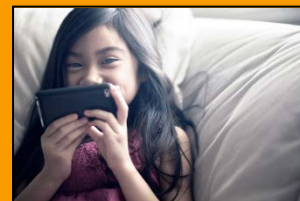
PC/Laptop

Multi-funktionaler Energy-Booster



Smartphone

Alleskönner und Geheimnisträger



Tablet

Faszinierender Mood-Manager



Jedes Gerät hat eine spezifische Funktion

TV

Unverzichtbares Familienmitglied



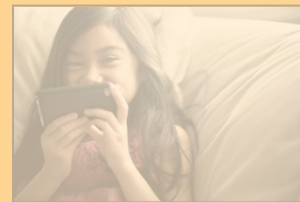
PC/Laptop

Multi-funktionaler Energy-Booster



Smartphone

Alleskönner und Geheimnisträger

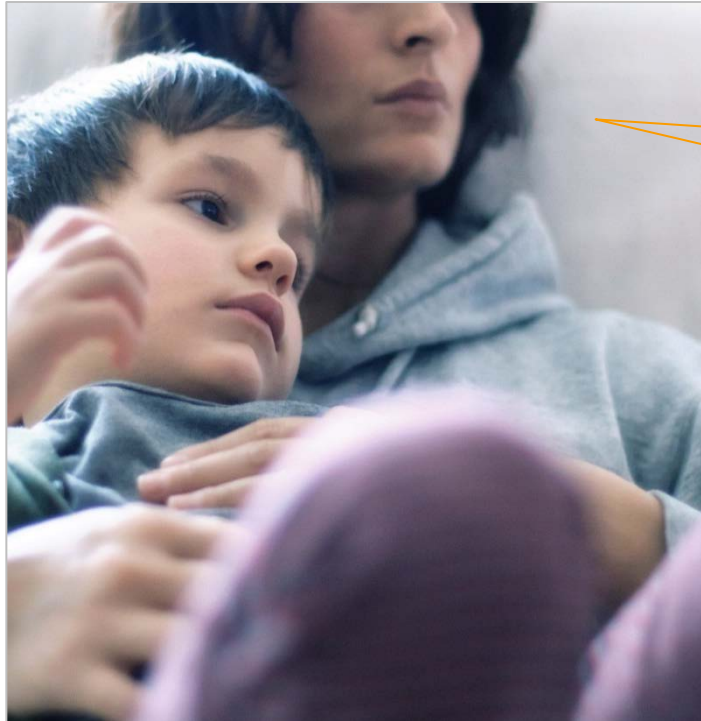


Tablet

Faszinierender Mood-Manager



TV – Das unverzichtbare Familienmitglied



- **TV-Momente geben Geborgenheit, Körperkontakt ist dabei selbstverständlich**

„Ich gucke gern alleine in meinem Zimmer - aber mit meiner Mutter gucke ich lieber, dann können wir gemeinsam weinen und kuscheln.“

- **TV bringt „Leben in die Bude“, ein Verbündeter gegen die ‚Einsamkeit‘**

„Ohne Fernseher wäre es zu ruhig. Ich mache den immer an, wenn ich allein bin. Der Fernseher ist bei uns die Quelle, die die Stimmung reinbringt.“

TV – Das unverzichtbare Familienmitglied



56% der Kinder sehen
immer oder häufig
zusammen mit Eltern
fern

TV – Das unverzichtbare Familienmitglied



- **TV bietet unmittelbares Entertainment, hochwertigen Gefühlscocktail auf Knopfdruck.**

„Ich muss nur einen Knopf drücken und schon bin ich mittendrin.“

- **Die Bildschirmgröße und die hohe Ausstrahlungsqualität kann kein anderes Medium besser bieten.**

„...irgendwie ist es lebendiger“

„...da ist alles größer, besser, fassbarer“

TV – Das unverzichtbare Familienmitglied



90% der Kinder nutzen den Fernseher am liebsten, um Lieblingsserien zu gucken *

- **TV involviert, eine regelrecht fesselnde Wirkung**

„Wenn ihre Lieblingsserien zu Ende sind, heult sie immer. Ich erlaube ihr nur fernzusehen, wenn sie das Theater hinterher sein lässt.“

- **TV hat Wellness-Charakter: entspannen und Energie auftanken**

- **TV als Orientierungs- und Strukturmittel, setzt Fixpunkte im Tagesablauf**

„Ohne TV würde ich durchdrehen, weil ich dann meine Lieblingssendung um 19 Uhr verpassen würde.“

Jedes Gerät hat eine spezifische Funktion

TV

Unverzichtbares
Familienmitglied



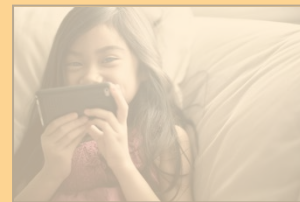
PC/Laptop

Multi-
funktionaler
Energy-Booster



Smartphone

Alleskönner und
Geheimnisträger



Tablet

Faszinierender
Mood-Manager



Laptop/PC – Multifunktionaler Energy-Booster



- **Der klassische PC wurde vom Laptop verdrängt – in den Zimmern stehen meist nur noch veraltete PCs**

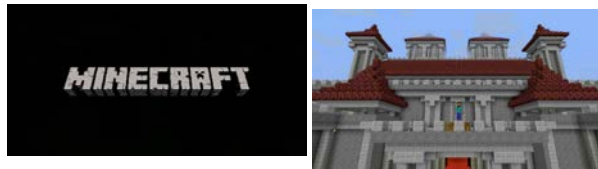
„Uncool, wenn die alte Kiste lange braucht zum Hochfahren. Dann hab ich keine Lust mehr.“

- **Ausnahme: ‚Echte‘ Gamer schwören auf PCs mit mehr Power, besserer Grafikleistung**

Laptop/PC – Multifunktionaler Energy-Booster

- Energy-Booster und Energy-Vampir zugleich, kann aktivieren und (über)fordern

„Am liebsten spiele ich am Laptop.
Das ist so cool wie Hip Hop tanzen“



Let's Play Minecraft #805 [Deutsch] [HD]



Gronkh · 3.550 Videos

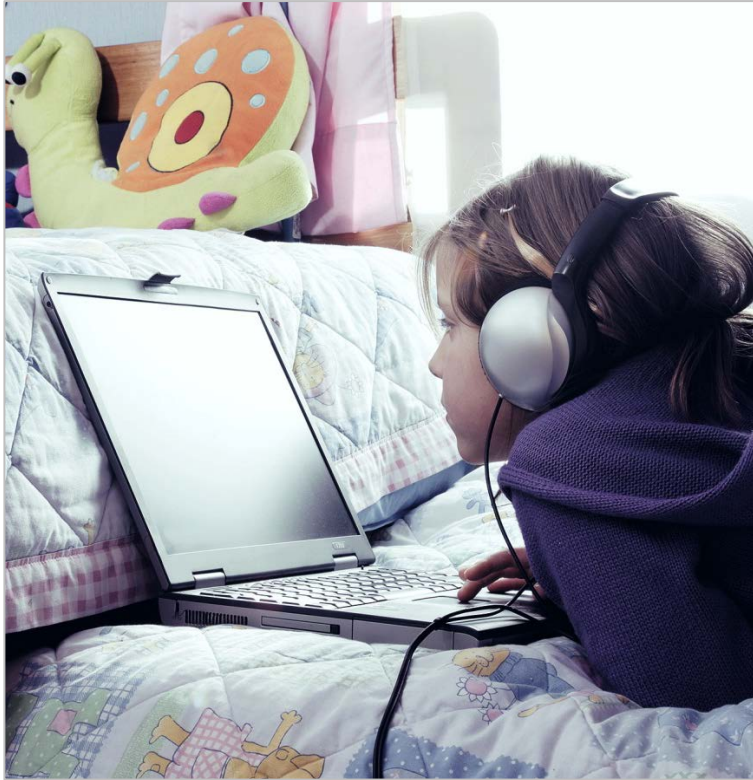
Abonnieren 1.267.233



Temple Run



Laptop/PC – Multifunktionaler Energy-Booster



Bewegtbildnutzung ist ambivalent besetzt

- Bequem im Bett/auf Sofa liegen
aber Bildschirm könnte größer sein
- Im TV verpasste Serien sehen
aber Qualität ist schlechter als beim TV
- Lieblingsserien anhalten, ohne etwas zu verpassen
aber Internetverbindung kann stocken

Jedes Gerät hat eine spezifische Funktion

TV

Unverzichtbares
Familienmitglied



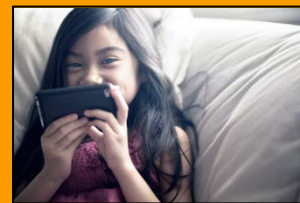
PC/Laptop

Multi-
funktionaler
Energy-Booster



Smartphone

Alleskönner und
Geheimnisträger



Tablet

Faszinierender
Mood-Manager



Handy: Kommunikation und Spiele sind besonders angesagt



Lieblings-Aktivitäten auf dem Handy

Top 10

1. SMS schreiben
2. Telefonieren
3. Fotografieren
4. Chatten
5. Spiele spielen
6. Webseiten für Kinder nutzen
7. Infos für die Schule suchen
8. E-Mails lesen und verschicken
9. Familienfotos anschauen
10. Lieblingsserien sehen

Handy – Alleskönner und Geheimnisträger



- Hoch emotional besetzt, eigenständig Kontakte pflegen, erste Geheimnisse austauschen

„Wir schreiben uns, welche Jungs wir gerade gut finden“

- Unkomplizierter Zeitvertreib, orts-unabhängig sofort nutzbar
- Handy als Retter in der Not von Eltern positiv unterstützt

„Wenn was passiert, kann ich Mama anrufen“

Jedes Gerät hat eine spezifische Funktion

TV

Unverzichtbares Familienmitglied



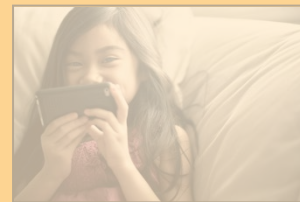
PC/Laptop

Multi-funktionaler Energy-Booster



Smartphone

Alleskönner und Geheimnisträger



Tablet

Faszinierender Mood-Manager



• Tablet – Faszinierender Mood-Manager



- **Pure Faszination**
 - Bereits der Umgang mit dem Gerät schafft Spielatmosphäre
 - Unmittelbarer Genuss
 - Hochfahren nicht nötig
- **Begehrtes Familiengerät, besticht durch das Seltenheitsprinzip**
- **Wird eingesetzt, um andere Kinder zu beeindrucken**

Tablet – Faszinierender Mood-Manager



- **Eher geeignet für Serien- als Filminhalte, läuft aber dem Laptop allmählich den Rang ab**

„Tablets kannst Du überall mit hinnehmen. Ist gemütlicher, man braucht keine Tastatur - viel besser, Du machst alles mit den Fingern.“

- **Keine eindeutige psychologische Belohnung vorhanden**

„Cool, wenn man es hat - aber brauchen tut man es nicht“

Verschiedene Endgeräte = Verschiedene Erlebnisqualitäten

TV

Unverzichtbares Familienmitglied

- Geburtsstätte für Lieblingsserien
- Größter Bildschirm
- Als einziges Medium assoziiert mit Geborgenheit

PC/Laptop

Multi-funktionaler Energy-Booster

- Vielfältig und flexibel einsetzbar
- Ähneln bei hochwertigem Long-term-content TV Nutzung

Smartphone

Alleskönner und Geheimnisträger

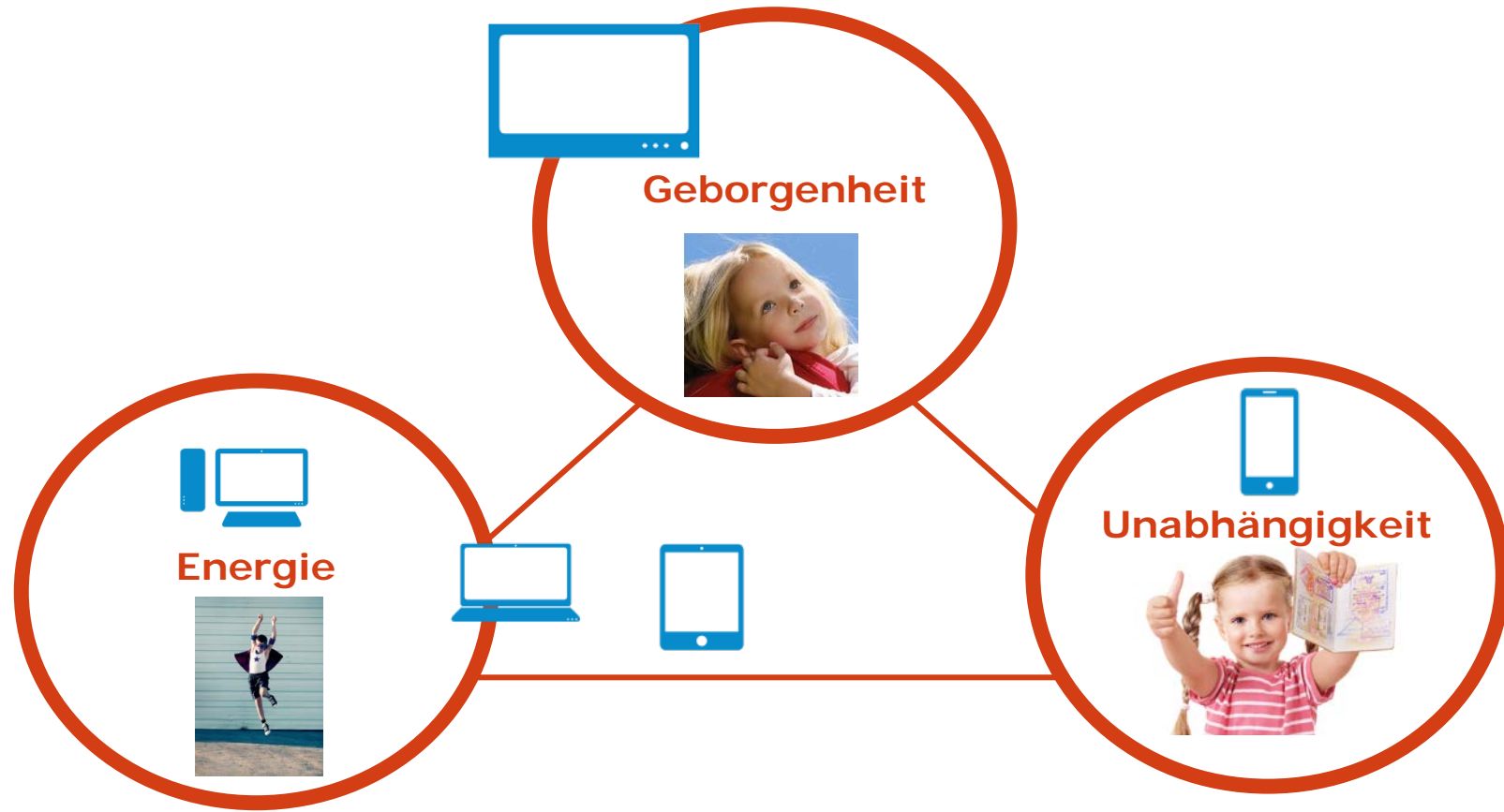
- Immer in Griffweite
- Unmittelbar Unabhängigkeit erleben

Tablet

Faszinierender Mood-Manager

- Spannend und begehrt
- Eindeutiges Belohnungsversprechen muss sich noch entwickeln

Verschiedene Endgeräte = Dominante Belohnungen



Rahmenbedingungen von Werbung in neuen Medienwelten

**Jedes Endgerät hat seinen speziellen Platz im Alltag der Kinder.
Werbung bewegt sich damit in unterschiedlichen Erlebnisqualitäten.**



Der Fernseher ist das einzige Endgerät, dessen Nutzung Kinder mit „Geborgenheit“ verbinden.

TV dient als Orientierungs- und Strukturhilfe im Alltag und ermöglicht Kindern, in emotional fesselnde Welten abzutauchen.



Der Laptop mit seinen vielfältigen Nutzungsszenarien hat den PC in den Hintergrund gedrängt.

Werbung kann dort auf zwei unterschiedliche Rezeptionsverfassungen treffen:

- Entspannt-involviert bei der Lieblingsserie auf dem Sofa
- Aktiv-involviert beim Spielen

Rahmenbedingungen von Werbung in neuen Medienwelten



Die schnelle, unmittelbare, haptisch-genussvolle Bedienung des Tablets begeistert Kinder.

Schon die Bedienung versetzt Kinder in Spielstimmung



Kein Gerät unterstützt das Erleben von Unabhängigkeit besser als das Handy/Smartphone.

Kommunikation und ortsunabhängiges Spielen dominieren die Nutzung

Kontakt

Cornelia Krebs

Leiterin Werbewirkungsforschung

IP Deutschland GmbH

Picassoplatz 1

50679 Köln

Telefon: 0221 / 456-26440

E-Mail: cornelia.krebs@ip-deutschland.de

Maren Boecker

Geschäftsleitung

MehrBlicke

Alteburger Wall 16, 50678 Köln

Telefon: 0221 / 3508286

Mobil: 0178 / 5310419

mb@mehr-blicke.de

www.mehr-blicke.de