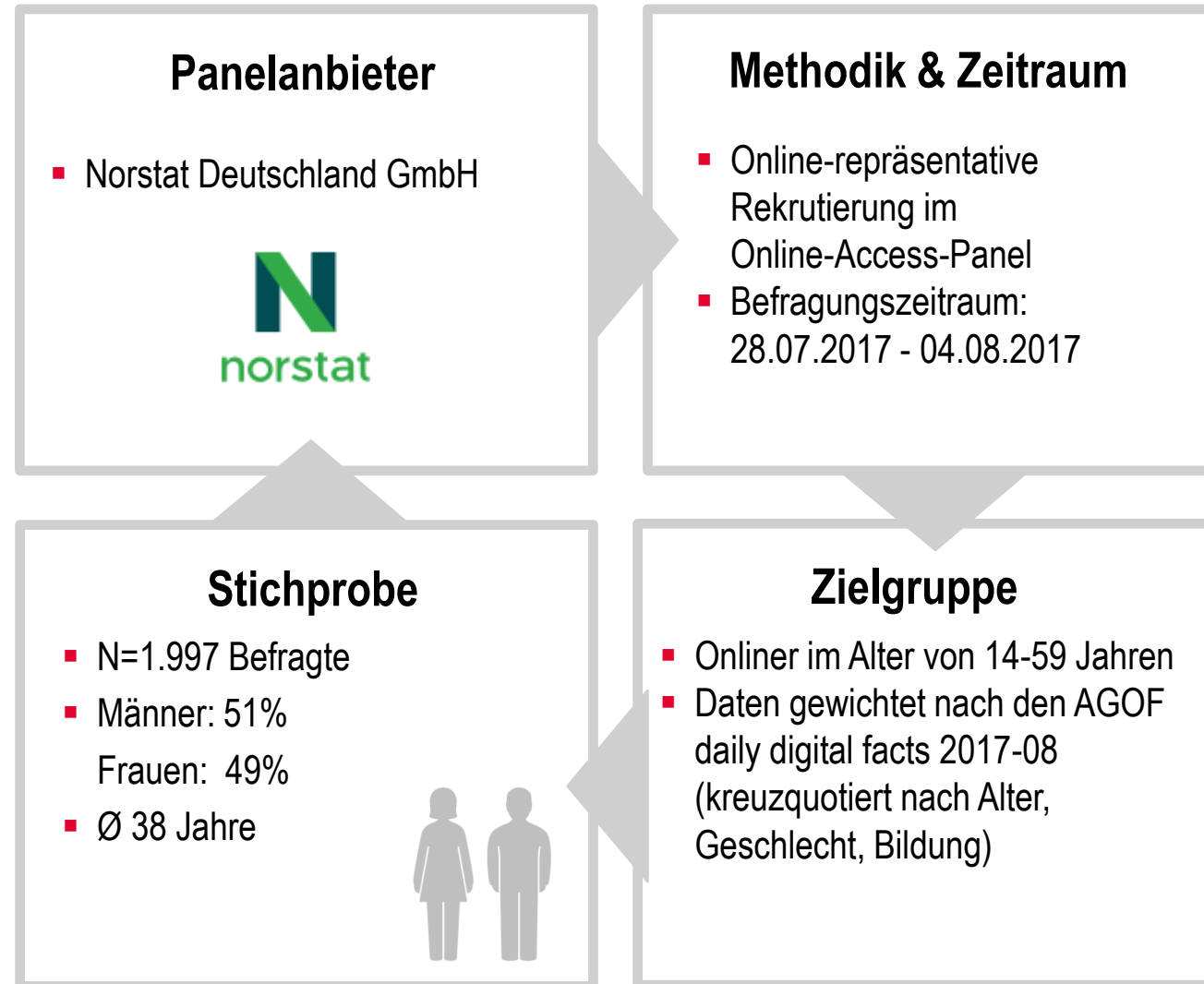


SCREEN- NUTZUNG@HOME

Panel-Studie 2018

united
internet
media





Wie sieht die private Screen-Nutzung@Home aus?

- Wie werden digitale Screens während des linearen Fernsehens genutzt?
- Was passiert mit den digitalen Screens, wenn Personen während des linearen Fernsehens den Raum verlassen – werden diese mitgenommen?
- Welche Tätigkeiten werden außerhalb des Raumes an digitalen Screens durchgeführt?
- Macht es dabei einen Unterschied, ob der Raum während der Werbepause oder während des TV Programms verlassen wird?



Studie zur Untersuchung der privaten Screen-Nutzung@Home während des Fernsehens – insbesondere auch außerhalb des Raumes.



Key Insights



87% der Onliner nutzen mindestens einen digitalen Screen gleichzeitig mit TV. TV + Smartphone ist die beliebteste Gerätekombination – fast die Hälfte der Onliner nutzt diese Kombination als Heavy User sogar (sehr) häufig.



Fernsehen ist aktiv: 95% der Fernsehnutzer verlassen während des Fernsehens generell auch einmal den Raum. Im Schnitt nutzen 30% außerhalb des Raumes einen weiteren digitalen Screen.

Über 70% hören während der Werbepause außerhalb weiterhin den Ton des TV-Geräts.



Bei den Tätigkeiten auf digitalen Screens außerhalb des Raumes ist die E-Mail neben Messenger, Social Media und Suchmaschine unter den Top-Anwendungen.



Nicht nur die Zuschauer, auch ihre digitalen Screens sind mobil: Über 60% nehmen beim Raumverlassen ihr Smartphone mit.

In der Fernsehsituation wird die persönliche Bindung zu digitalen Screens in den eigenen vier Wänden deutlich: Insbesondere beim Smartphone zeigt sich eine intensive Nutzung vor dem Fernseher, aber auch, wenn der Raum beim Fernsehen verlassen wird.

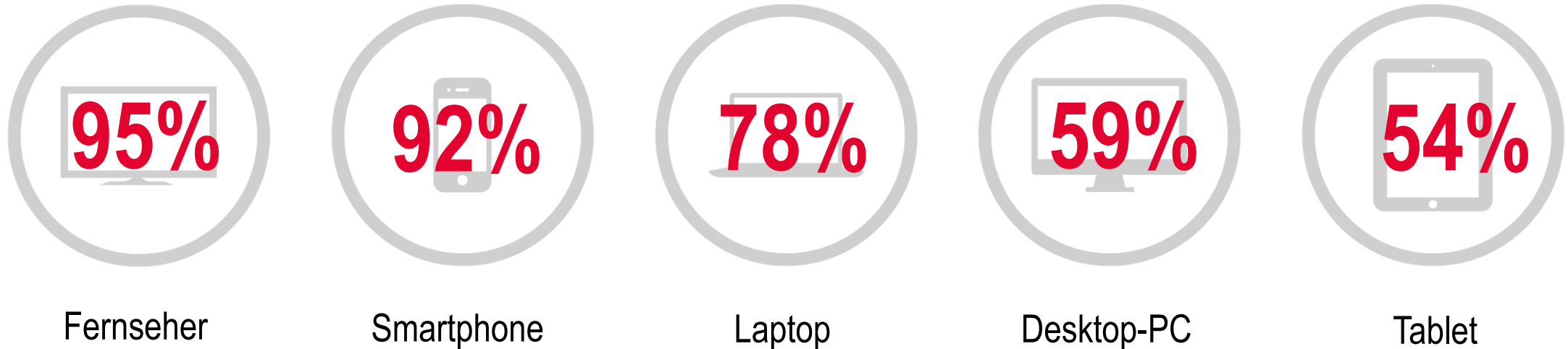


SCREEN-NUTZUNG@HOME



Nutzeranteil von über 90% beim Smartphone – damit liegt das Smartphone fast gleichauf mit dem Fernseher. Auch der Laptop wird weiterhin von mehr als drei Viertel der Befragten genutzt.

Gerätenutzer



Gerätenutzer:
„im Haushalt vorhanden, nutze ich“ & „im Haushalt nicht vorhanden, nutze ich (z.B. bei Freunden oder Bekannten)“

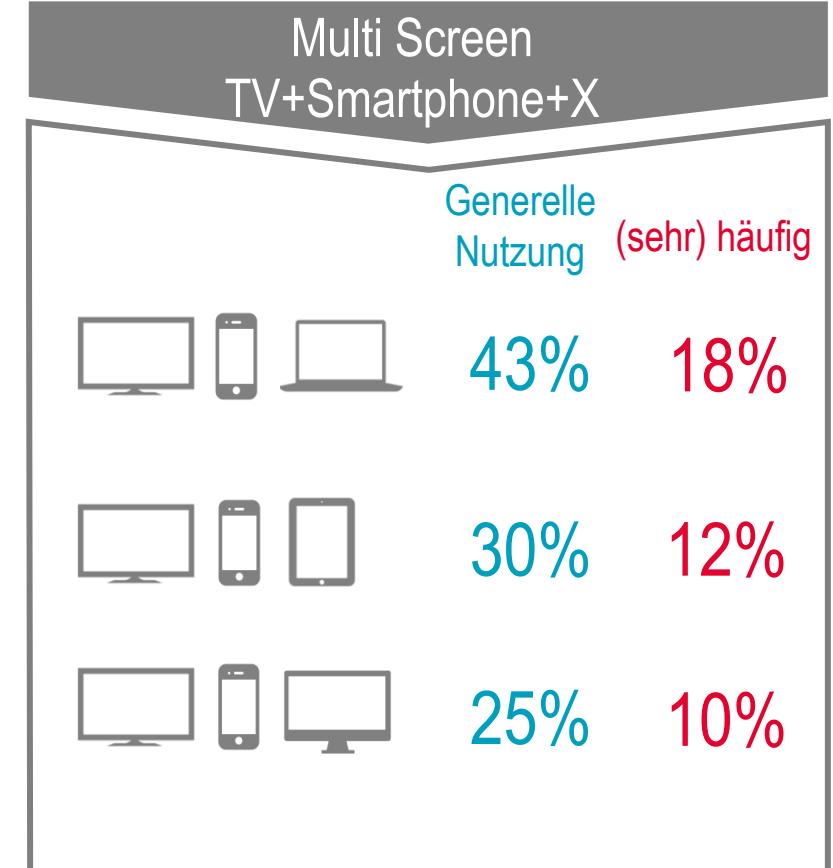
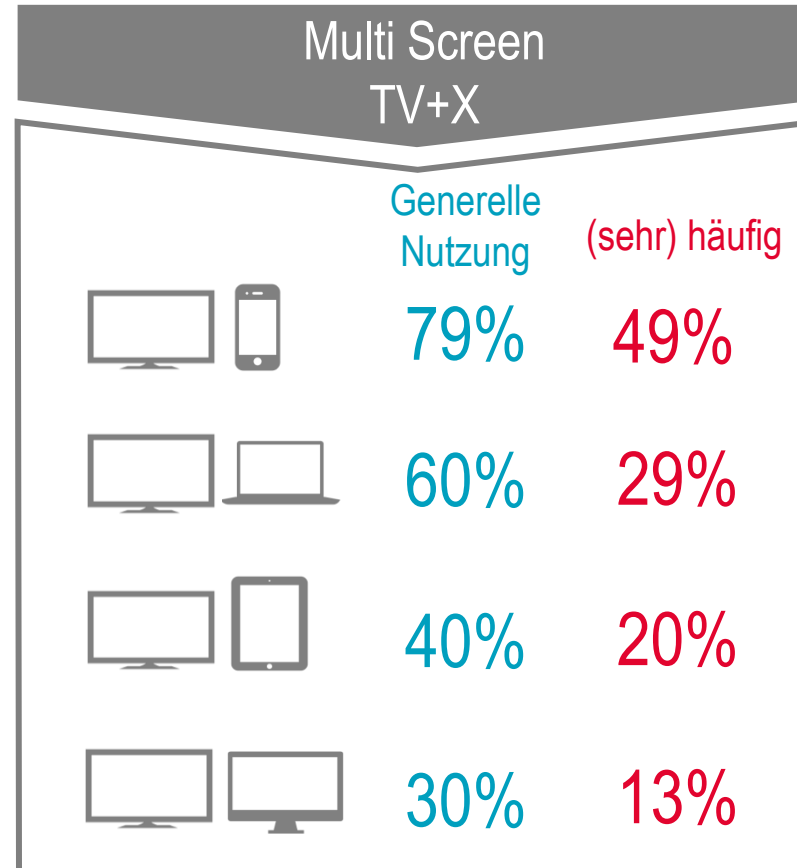
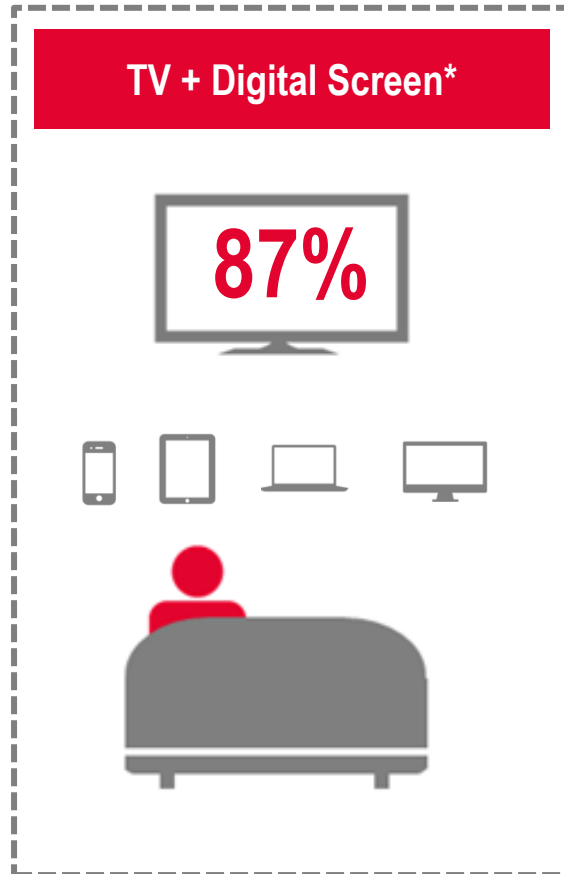
Basis: Gesamt (n=1.997)

Frage: Welche der folgenden Geräte sind in Ihrem Haushalt vorhanden, und welche dieser Geräte nutzen Sie persönlich?

United Internet Media, 2018

87% der Onliner nutzen mindestens einen digitalen Screen gleichzeitig mit TV. TV + Smartphone ist die beliebteste Gerätekombination – fast die Hälfte der Onliner nutzt diese Kombination als Heavy User sogar (sehr) häufig.

Multi-Screen-Kombinationen mit TV



Basis: Gesamt (n=1.997)

Frage: Ganz allgemein gesehen – wie häufig haben Sie in der letzten Zeit die folgenden Geräte gleichzeitig genutzt? (Skala: 1: sehr häufig - 6: nie)

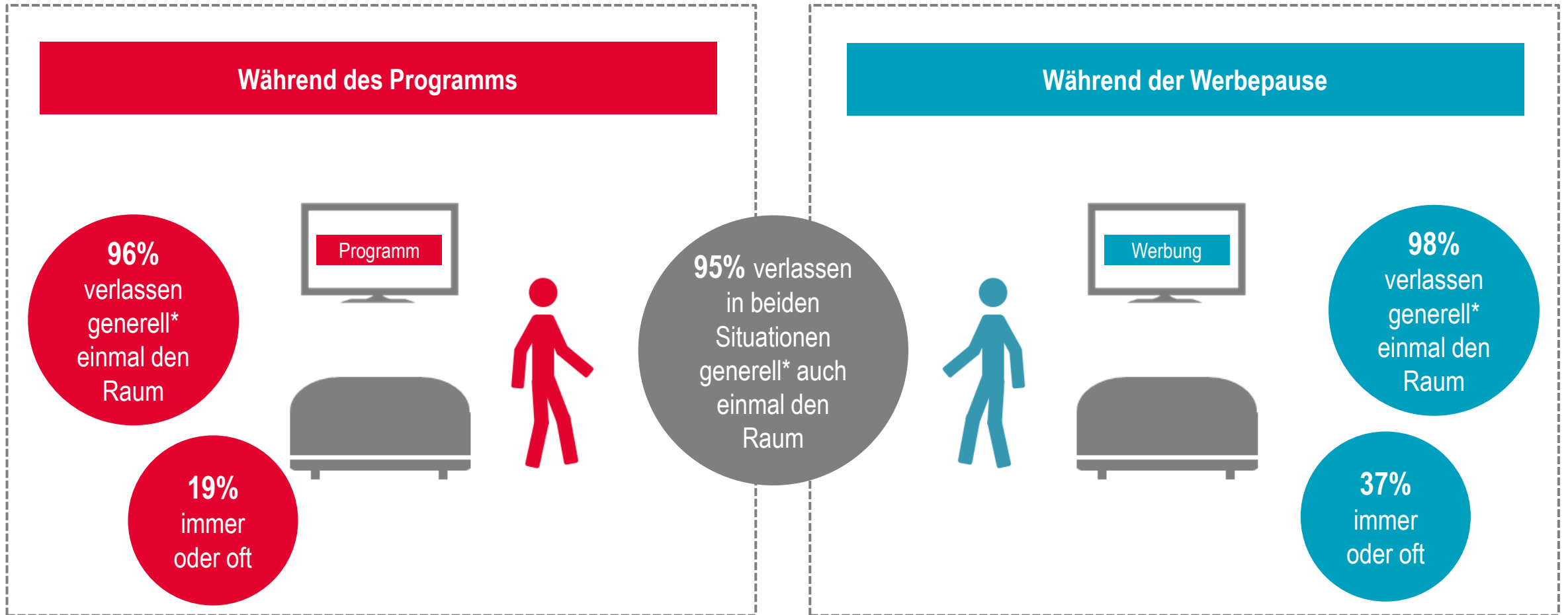
Gleichzeitige Nutzung mindestens selten (=generelle Nutzung) bzw. (sehr) häufig // *hat mindestens eine der Gerätekombinationen mindestens selten gleichzeitig genutzt

United Internet Media, 2018

WAS PASSIERT ABSEITS DER COUCH?



Fernsehen ist aktiv: 95% der Fernsehnutzer verlassen während des Fernsehens generell auch einmal den Raum.



Was machen sie dabei eigentlich?

Basis: Fernsehnutzer (n=1.900)

Frage: Wie häufig kommt es vor, dass Sie [während des Fernsehprogrammes/beim Fernsehen während der Werbepause] den Raum, in dem der Fernseher steht, verlassen? (Skala: 1: immer - 5: nie)

*generell= mindestens selten United Internet Media, 2018

WÄHREND DES PROGRAMMS AUSSERHALB DES RAUMES

Auch außerhalb des Raumes nutzt mehr als ein Drittel einen digitalen Screen.



34%
nutzen in dieser
Situation einen
digitalen Screen*

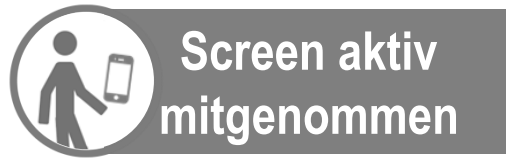
Basis: *Fernsehnutzer, die mindestens selten (=generell) den Raum während des Fernsehprogramms verlassen (n=1.831)

Fragen: Wie häufig kommt es vor, dass Sie während des Fernsehprogrammes den Raum, in dem der Fernseher steht, verlassen? (Skala: 1: immer - 5: nie) /

Haben Sie in dieser Situation ein bzw. mehrere digitale Geräte genutzt (Laptop/Smartphone/Tablet/Desktop)? (Bezug der Frage auf letzte Situation)

United Internet Media, 2018

Nicht nur die Zuschauer, auch ihre Devices sind mobil – zwei Drittel haben beim Verlassen des Raumes während des Fernsehprogrammes ihr Smartphone dabei.



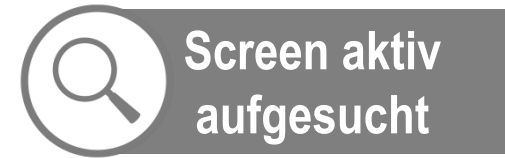
65% Beim Verlassen des Raumes habe ich das Smartphone mitgenommen



21% Beim Verlassen des Raumes habe ich den Tablet-Computer mitgenommen



10% Beim Verlassen des Raumes habe ich den Laptop mitgenommen



17% Ich habe den Raum verlassen, um in einem anderen Raum einen Desktop-Computer zu nutzen



10% Ich habe den Raum verlassen, um in einem anderen Raum einen Laptop zu nutzen

20% nichts davon

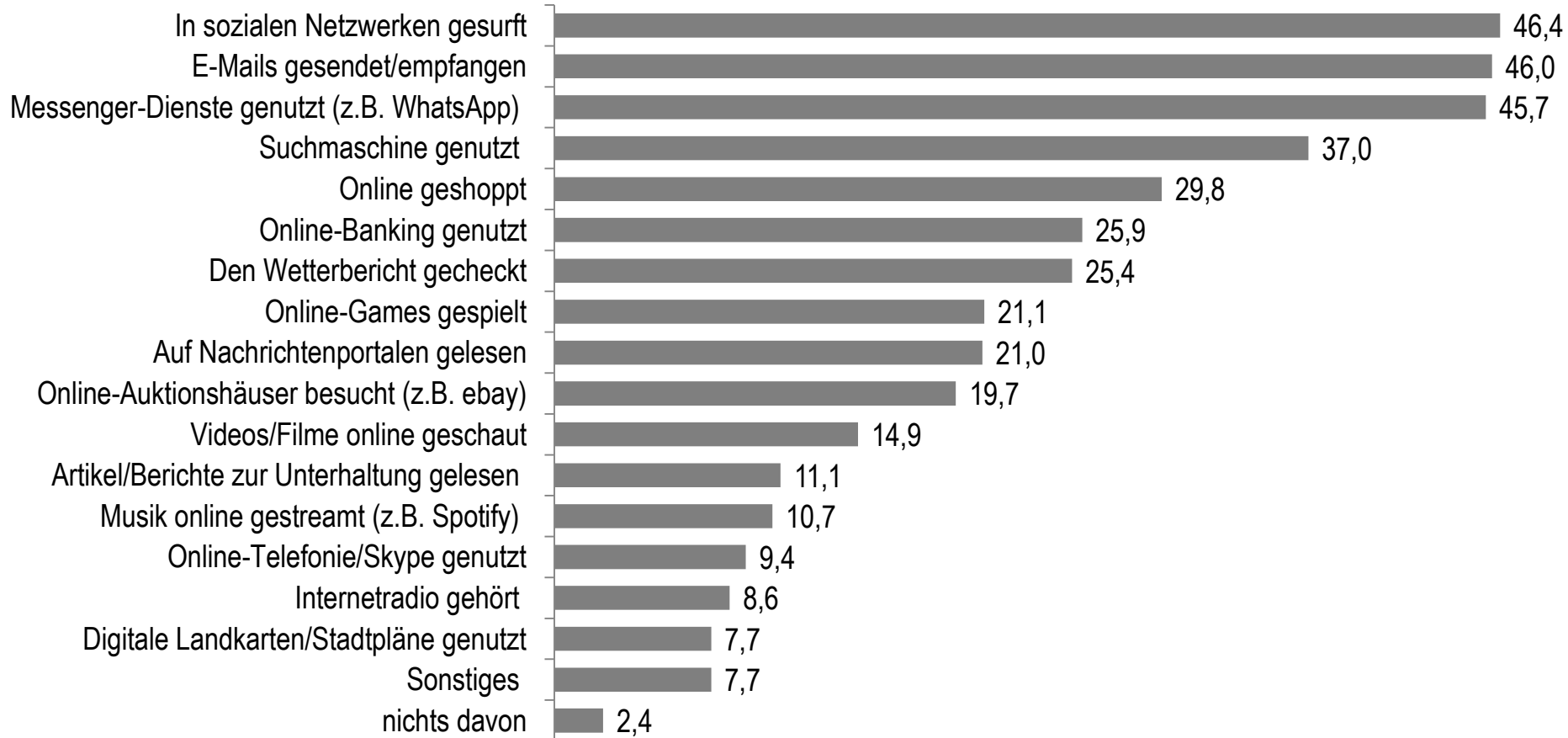
Basis: Fernsehnutzer, die in dieser Situation ein digitales Gerät nutzten und das jeweilige Gerät generell nutzen

Frage: Bitte geben Sie an, welche der folgenden Aussagen in dieser Situation auf Sie zutreffen haben. (Mehrfachantworten möglich, Bezug der Frage auf letzte Situation)

United Internet Media, 2018

Knapp die Hälfte derer, die in dieser Situation ein digitales Gerät nutzen, verwenden die E-Mail. Damit liegt die E-Mail gleichauf mit sozialen Netzwerken und Messenger-Diensten unter den Top-Anwendungen.

Tätigkeiten an digitalen Screens:



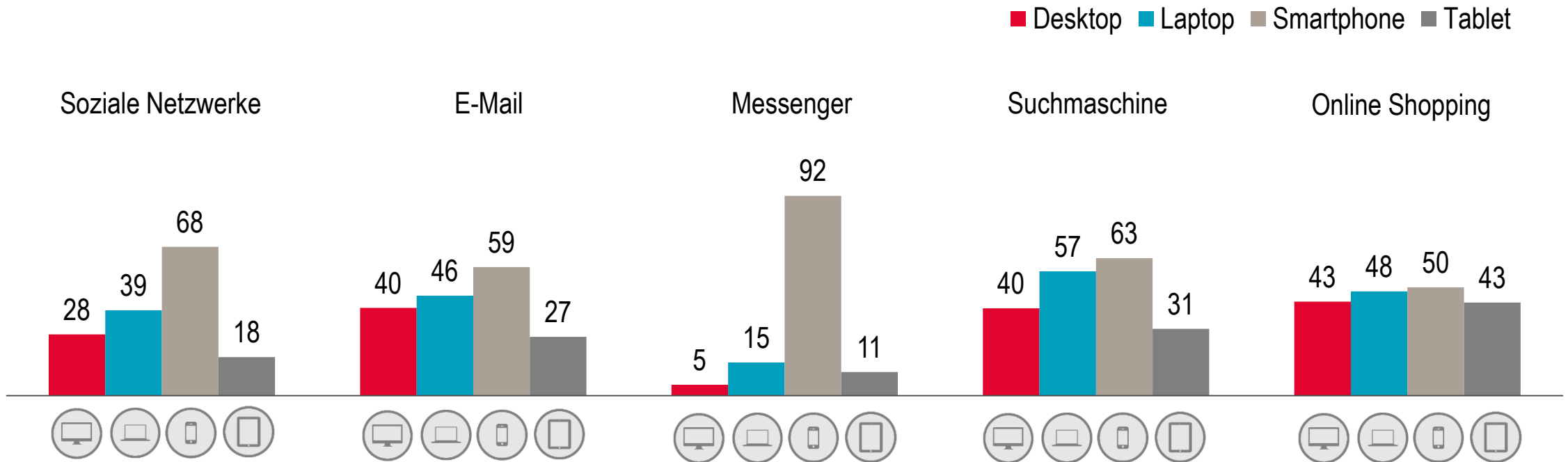
Basis: Fernsehnutzer, die mindestens selten den Raum während des Fernsehprogramms verlassen und dabei ein digitales Gerät nutzen (n= 619), Angaben in %

Frage: Welche der folgenden Tätigkeiten haben Sie in dieser Situation an einem bzw. an mehreren digitalen Gerät/en ausgeübt? (Mehrfachantworten möglich, Bezug der Frage auf letzte Situation)

United Internet Media, 2018

Bei den Messenger-Diensten dominiert das Smartphone deutlich, bei sozialen Netzwerken, E-Mail, Suchmaschine und Online Shopping zeigt sich eine gleichmäßigere Verteilung auf den unterschiedlichen Screens.

Screen-Nutzung : Deep Dive Top-5-Tätigkeiten



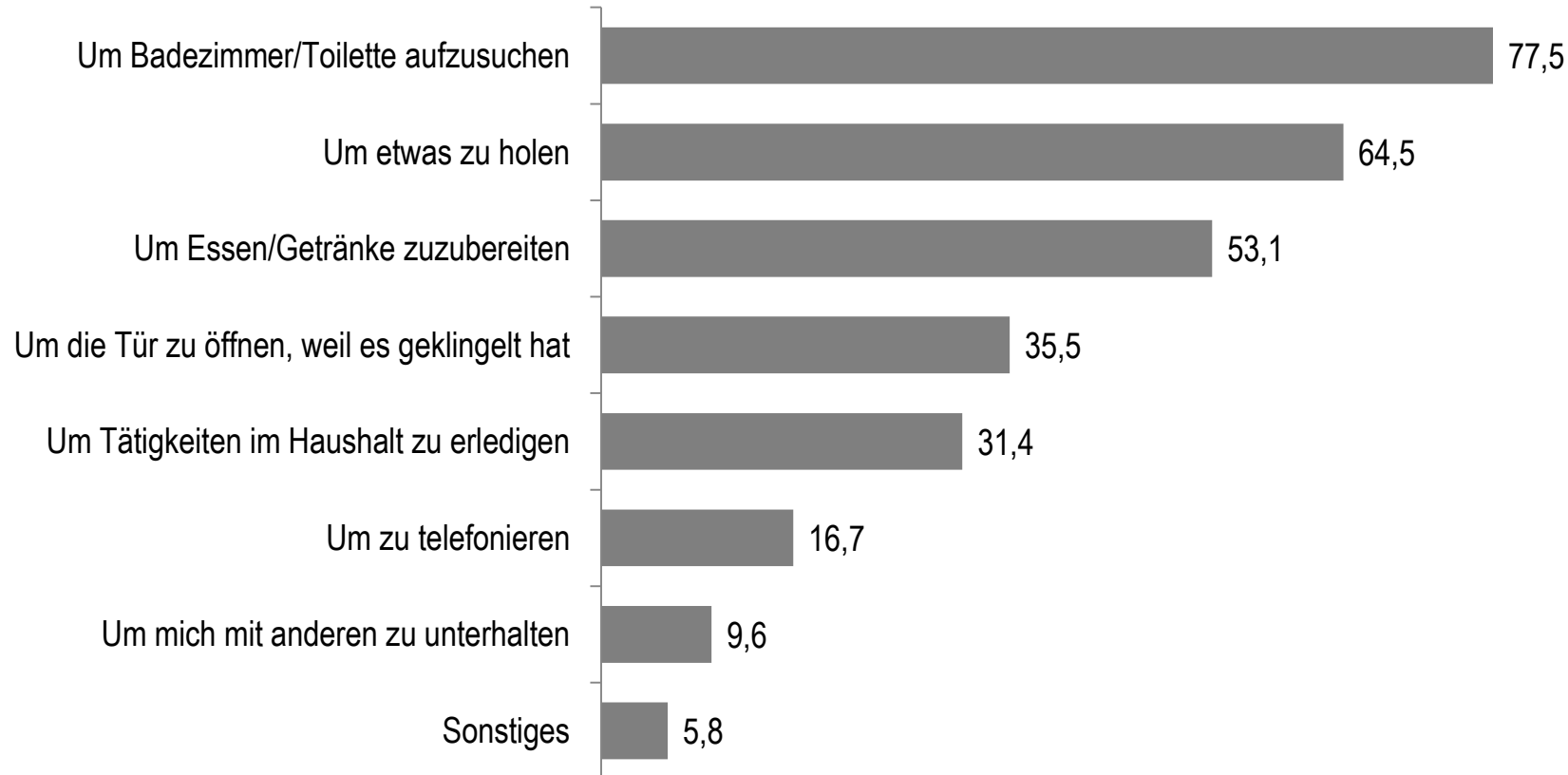
Basis: Personen, die die jeweilige Tätigkeit in dieser Situation ausüben und das jeweilige Gerät generell nutzen, Angaben in %, Bezug der Frage auf letzte Situation

Frage: Bitte geben Sie an, mit welchem Gerät bzw. mit welchen Geräten Sie diese Tätigkeiten ausgeführt haben? (Laptop, Desktop-Computer, Tablet-Computer, Smartphone; Mehrfachantworten möglich)

United Internet Media, 2018

Am häufigsten wird der Raum verlassen, um das Badezimmer aufzusuchen, gefolgt davon, etwas zu holen und Nahrungsmittel zuzubereiten.

Gründe für das Raumverlassen:

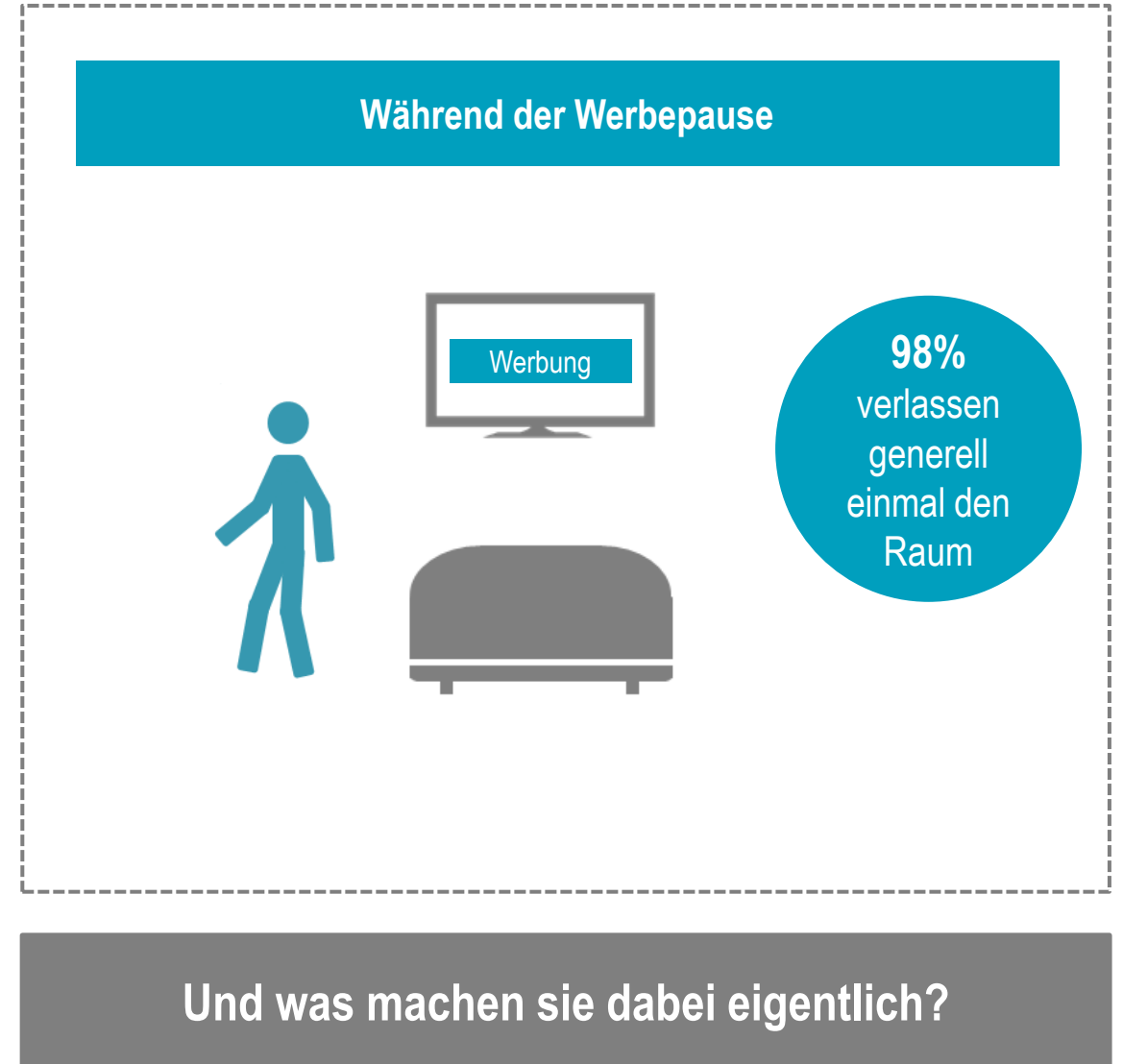
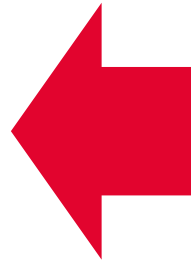


Basis: Fernsehnutzer, die mindestens selten den Raum während des Fernsehprogramms verlassen (n= 1.831), Angaben in %, Frage: Aus welchem Grund haben Sie in dieser Situation den Raum verlassen? (Mehrfachantworten möglich, Bezug der Frage auf letzte Situation)
United Internet Media, 2018

WÄHREND DER WERBEPAUSE AUSSERHALB DES RAUMES

Auch während des Raumverlassens in der Werbepause nutzen knapp 30% der Fernsehnutzer einen weiteren digitalen Screen.

29%
nutzen in dieser
Situation einen
digitalen Screen*



Basis: *Fernsehnutzer, die mindestens selten (= generell) den Raum während der Werbepause verlassen (n=1.852)

Fragen: Wie häufig kommt es vor, dass Sie während der Werbepause beim Fernsehen den Raum, in dem der Fernseher steht, verlassen haben? (Skala: 1: immer - 5: nie)/

Haben Sie in dieser Situation ein bzw. mehrere digitale Geräte genutzt (Laptop/Smartphone/Tablet/Desktop)? (Bezug der Frage auf letzte Situation)

United Internet Media, 2018

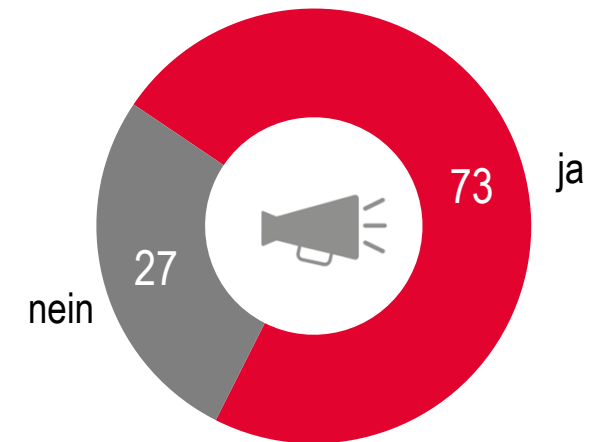
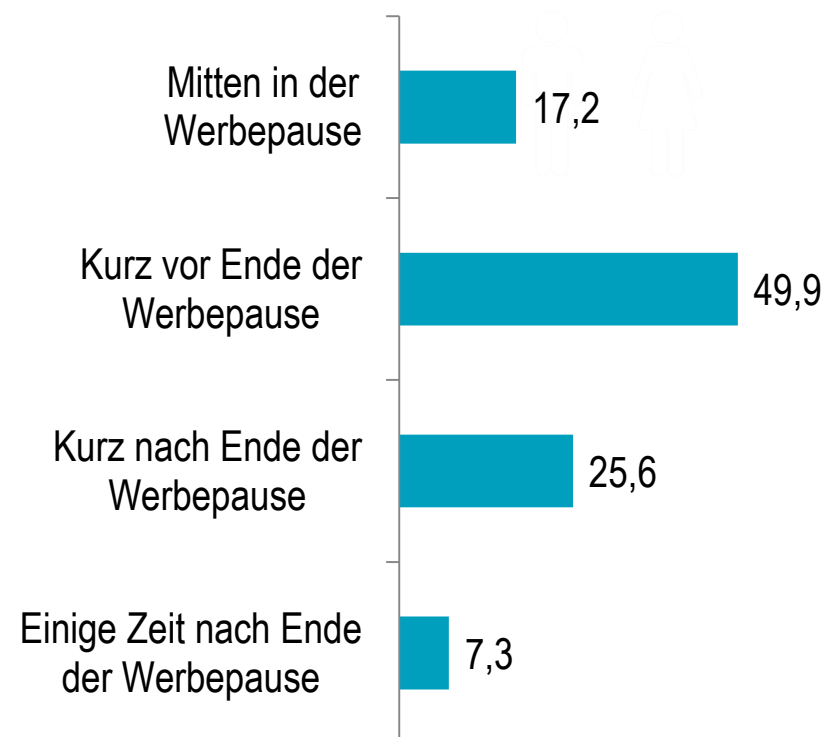
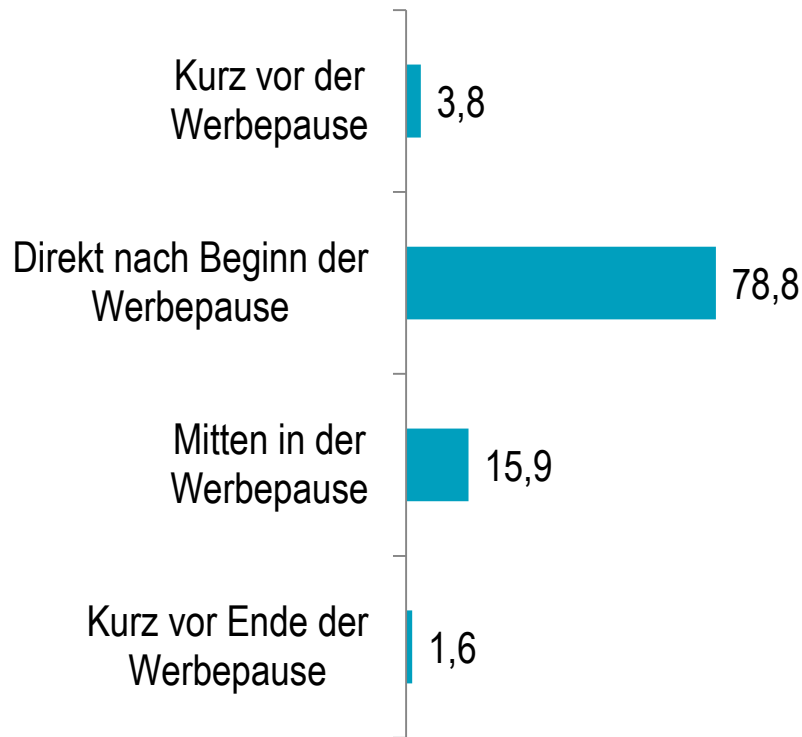
Fast 70% kommen bereits vor Ende der Werbepause zurück und können dadurch einen Teil der TV Werbung wahrnehmen – über 70% hören während der Werbepause weiterhin den Ton des Fernsehers.

Wann haben Sie den Raum, in dem der Fernseher steht, verlassen?



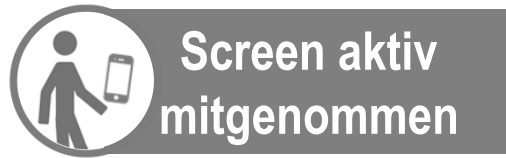
Wann sind Sie in den Raum, in dem der Fernseher steht, zurückgekommen?

Ton des Fernsehers weiterhin gehört?



Basis: Fernsehnutzer, die in der Werbepause mindestens selten den Raum während der Werbepause verlassen (n= 1.852), Angaben in %, Bezug der Frage auf letzte Situation
United Internet Media, 2018

Auch während der Werbepause sind die Devices mobil – über 60% nehmen ihr Smartphone mit. Zusätzlich werden digitale Screens auch aktiv aufgesucht: ein Viertel gibt an, in einem anderen Raum den Desktop-PC zu nutzen.



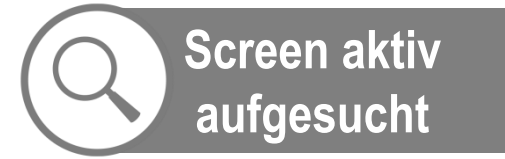
64% Beim Verlassen des Raumes habe ich das Smartphone mitgenommen



20% Beim Verlassen des Raumes habe ich den Tablet-Computer mitgenommen



8% Beim Verlassen des Raumes habe ich den Laptop mitgenommen



26% Ich habe den Raum verlassen, um in einem anderen Raum einen Desktop-Computer zu nutzen



10% Ich habe den Raum verlassen, um in einem anderen Raum einen Laptop zu nutzen

18% nichts davon

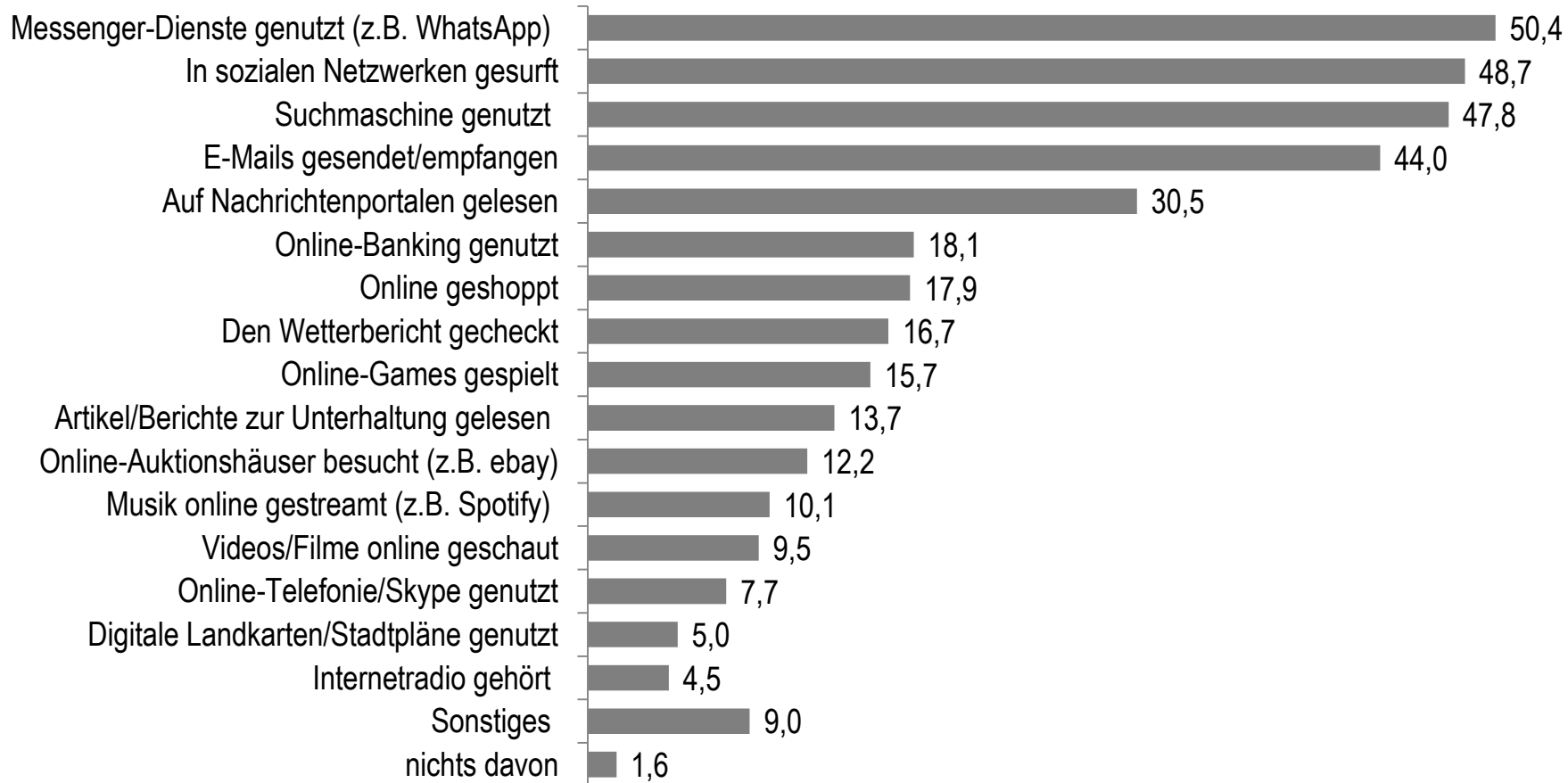
Basis: Fernsehnutzer, die in dieser Situation ein digitales Gerät nutzten und das jeweilige Gerät generell nutzen

Frage: Bitte geben Sie an, welche der folgenden Aussagen in dieser Situation auf Sie zugefallen haben. (Mehrfachantworten möglich, Bezug der Frage auf letzte Situation)

United Internet Media, 2018

Auch während der Werbepause zählt die E-Mail neben Messengern, sozialen Netzwerken und Suchmaschine mit deutlichem Abstand zu den Top-Anwendungen.

Tätigkeiten an digitalen Screens:



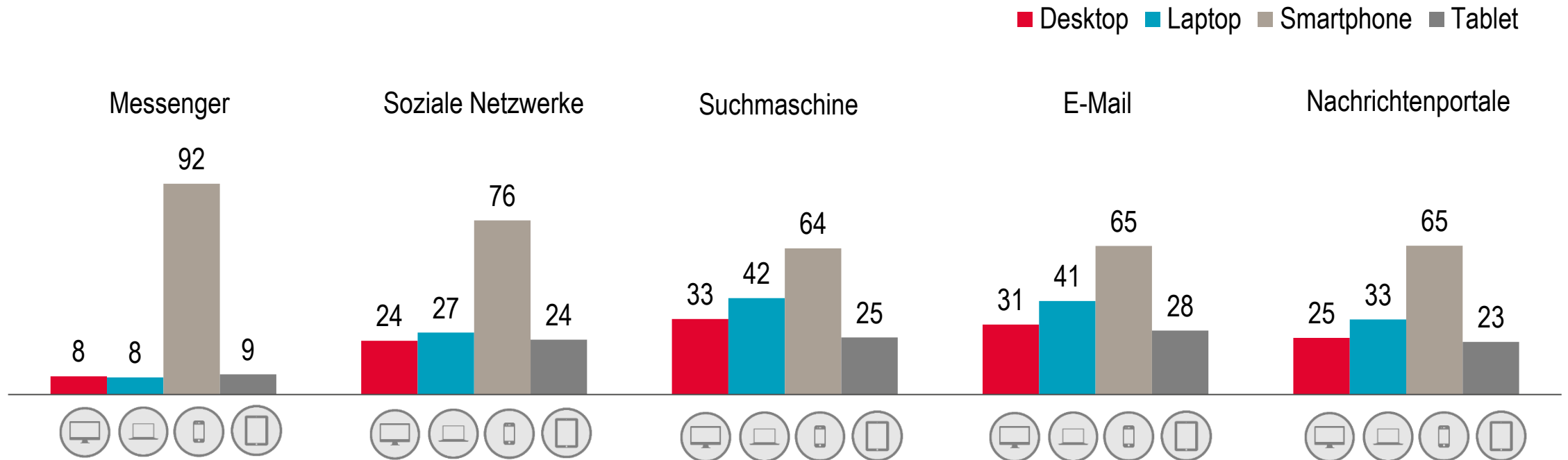
Basis: Fernsehnutzer, die mindestens selten den Raum während der Werbepause verlassen und dabei ein digitales Gerät nutzen (n=537), Angaben in %

Frage: Welche der folgenden Tätigkeiten haben Sie in dieser Situation an einem bzw. an mehreren digitalen Gerät/en ausgeübt? (Mehrfachantworten möglich, Bezug der Frage auf letzte Situation)

United Internet Media, 2018

Auch während der Werbepause dominiert das Smartphone bei der Screen-Nutzung, auch hier insbesondere bei Messenger-Diensten. Bei den weiteren vier Tätigkeiten ist die Screen-Nutzung insgesamt gleichmäßiger.

Screen-Nutzung : Deep Dive Top-5-Tätigkeiten



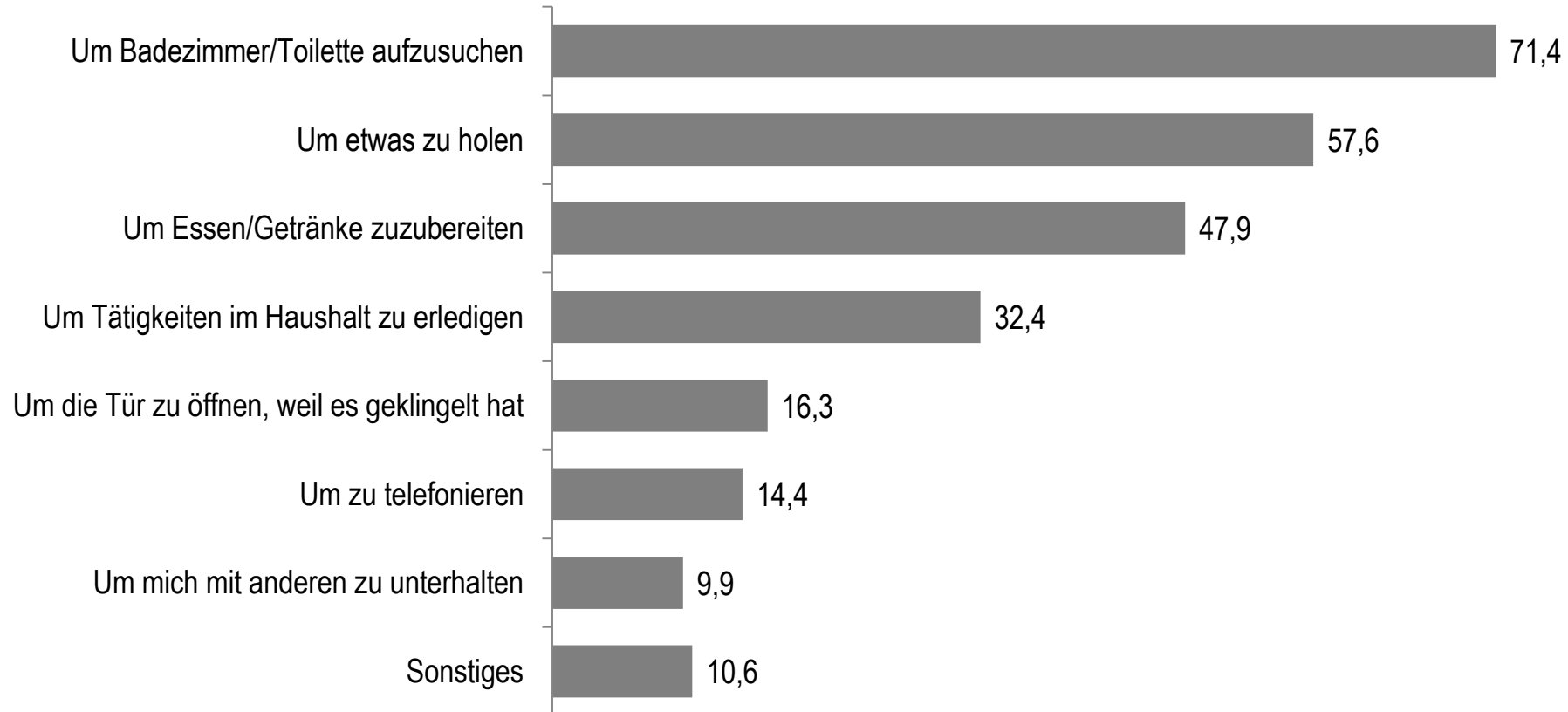
Basis: Personen, die die jeweilige Tätigkeit in dieser Situation ausüben und das jeweilige Gerät generell nutzen, Angaben in %, Bezug der Frage auf letzte Situation

Frage: Bitte geben Sie an, mit welchem Gerät bzw. mit welchen Geräten Sie diese Tätigkeiten ausgeführt haben? (Laptop, Desktop-Computer, Tablet-Computer, Smartphone; Mehrfachantworten möglich)

United Internet Media, 2018

Auch in der Werbepause dominiert als Grund für das Raumverlassen der Besuch im Badezimmer.

Gründe für das Raumverlassen:

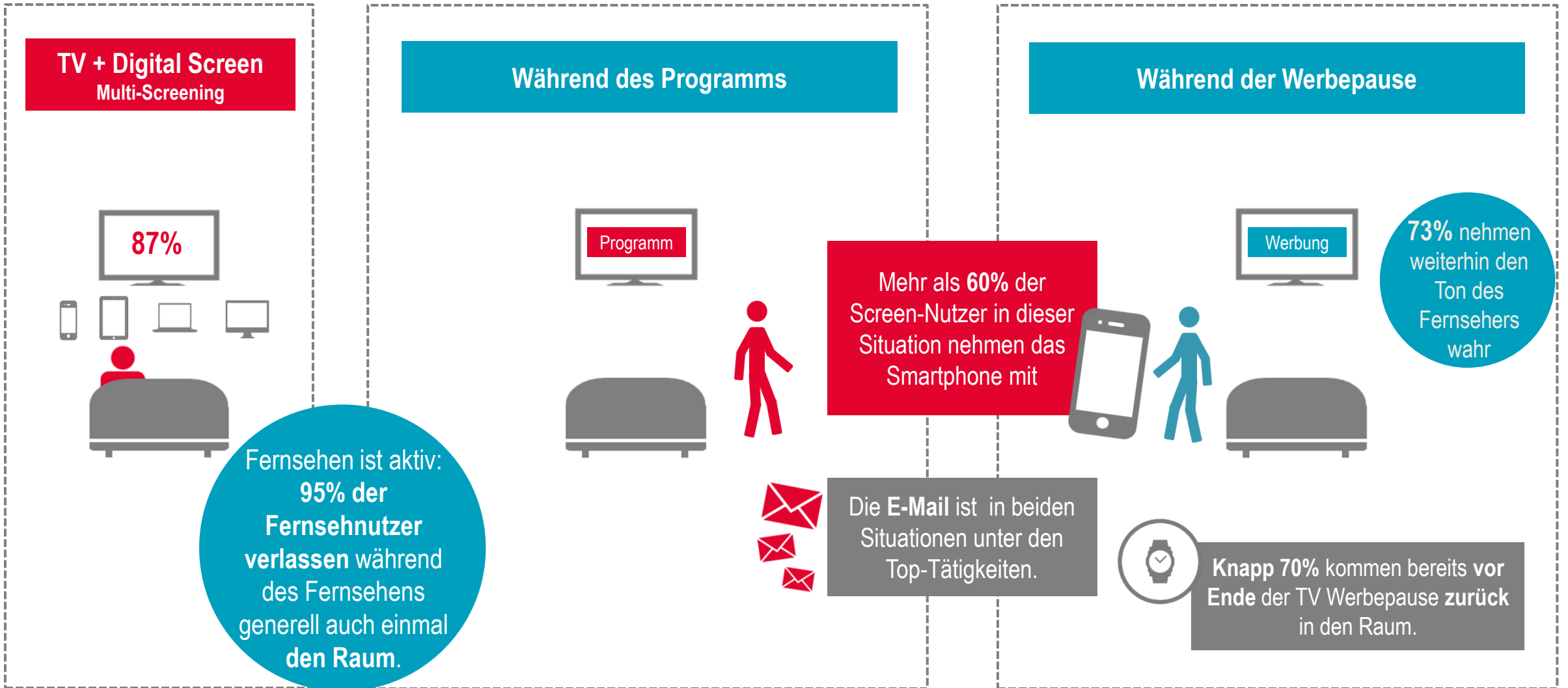


Basis: Fernsehnutzer, die mindestens selten den Raum während der Werbepause verlassen (n= 1.852), Angaben in %
Frage: Aus welchem Grund haben Sie in dieser Situation den Raum verlassen? (Mehrfachantworten möglich, Bezug der Frage auf letzte Situation)
United Internet Media, 2018

SUMMARY & ABLEITUNGEN FÜR DIE MEDIAPLANUNG



Summary



Empfehlenswert: Auf TV abgestimmte Werbelösungen & verstärkter Einsatz von Mobile- und Multi-Screen-Kampagnen



Vor dem TV-Gerät

Ausnutzen eines potentiellen Doppelkontaktes aus TV & digital

79% nutzen TV und Smartphone generell gleichzeitig, aber auch Laptop, Desktop und Tablet werden parallel zum TV genutzt. **Auf den TV abgestimmte Kampagnen**, die auch **verstärkt mobil und Multi Screen** angesteuert werden, eignen sich ideal dazu, TV Nutzer zusätzlich noch digital anzusprechen.



Außerhalb des Raumes

Doppelkontakt trotz Raumverlassens – auf der TV Tonspur & digital

Knapp 70% kommen bereits vor dem Ende der Werbepause zurück und nehmen damit einen Teil der TV Werbung wahr. **Über 70% hören** während der Werbepause außerhalb des Raumes weiterhin den **Ton** des Fernsehers. Hier besteht das Potential, durch **auf den TV abgestimmte Aussteuerung** trotz des Verlassens des Raumes doppelte Werbekontakt zu generieren: **durch die TV Tonspur sowie digital.**

Sicherstellen von Werbekontakten

Um bei Personen ohne jeglichen Kontakt zur TV Werbung Werbekontakte sicherzustellen, bieten **auf den TV abgestimmte, digitale Werbelösungen** einen passenden Lösungsansatz.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!



Daniela Schnedl

Junior Project Manager Marktforschung

Telefon: +49 721 91374 - 6740

E-Mail: daniela.schnedl@united-internet-media.de

Web: www.united-internet-media.de