



Multiscreeener – die aktiveren Nutzer?

Multiscreen Studie 2013

10-2013

GOLDBACH
AUDIENCE



Studiendesign & Bestandteile

1. Quantitative Online-Befragung

- / Methode: Computer Assisted Web-Interviews (CAWI) im MindTake Online-Panel
- / Befragungszeitraum: 20.09. - 02.10.2013
- / Stichprobengröße: n=1.000; repräsentativ für die österreichische Bevölkerung zwischen 15–65 Jahren

2. Qualitative Online-Fokusgruppe

- / Methode: Qualitative Online-Befragung
- / Befragungszeitraum: 09. - 16.10.2013
- / Stichprobengröße: n= 30
- / Screening: Häufige und gelegentliche Nutzer von TV & PC, Laptop, Tablet, E-Reader oder Smartphone
- / Themen: Mediennutzung zu Hause, Gleichzeitige Nutzung von TV & Internet, Einfluss der Internetnutzung auf die TV-Nutzung, Social TV, Suche im Internet

Soziodemographie der quantitativen Online-Befragung

Geschlecht	Weiblich:	502 (50,2%)
	Männlich:	498 (49,8%)

Alter	15-19 Jahre:	64 (5,9%)
	20-29 Jahre:	208 (24,1%)
	30-39 Jahre:	189 (20,3%)
	40-49 Jahre:	236 (23,2%)
	50-59 Jahre:	205 (19,8%)
	60-65 Jahre:	98 (6,8%)

Bundesland	Wien:	211 (22,8%)
	Niederösterreich:	189 (14,3%)
	Burgenland:	36 (3,0%)
	Steiermark:	142 (14,3%)
	Kärnten:	64 (7,2%)
	Oberösterreich:	166 (17,7%)
	Salzburg:	61 (4,6%)
	Tirol:	86 (8,9%)
	Vorarlberg:	45 (7,2%)

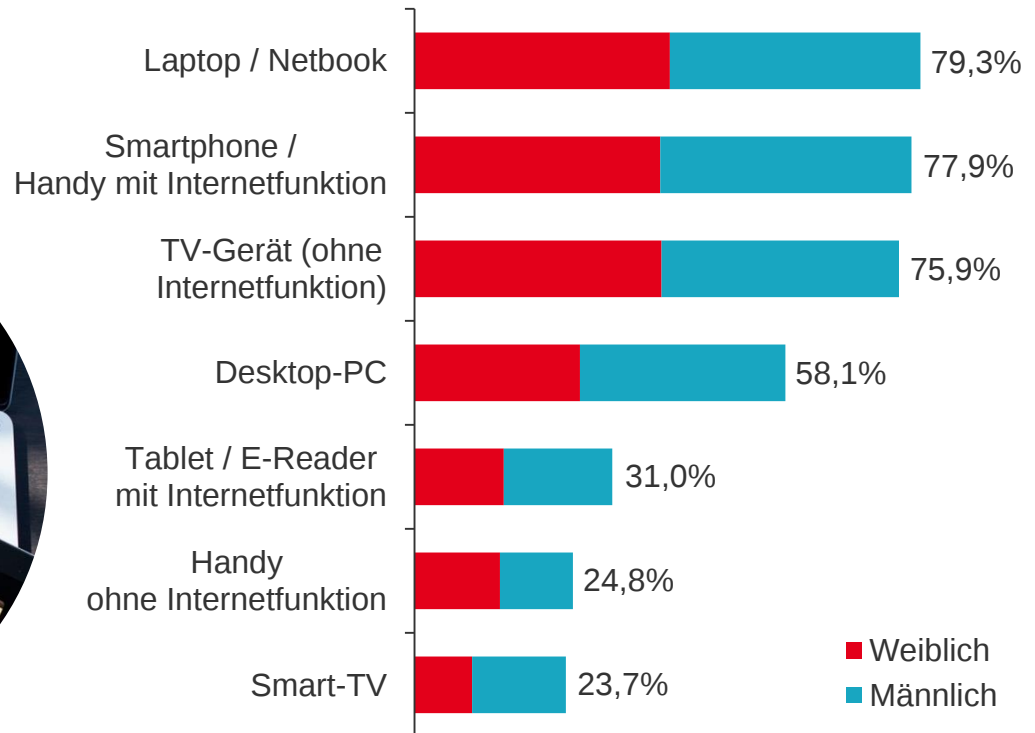
Schulbildung	Kein Pflichtschulabschluss:	5 (0,4%)
	Pflichtschule:	92 (8,0%)
	Lehre / Fachausbildung:	622 (60,8%)
	Matura	162 (19,4%)
	Universität / Fachhochschule:	119 (11,4%)

HH-Netto-einkommen	Weniger als € 1.000:	79 (5,9%)
	€ 1.000–€ 2.000:	279 (21,9%)
	€ 2.001–€ 3.000:	227 (26,2%)
	€ 3.001–€ 3.500:	97 (11,0%)
	Mehr als € 3.500:	119 (15,6%)
	Keine Angabe:	199 (19,4%)

Smartphone, Laptop und TV-Gerät als Grundausrüstung privater Nutzung

3,7

Geräte stehen den Österreichern zur Nutzung zur Verfügung



Source: F1. Welche der folgenden Geräte nutzen Sie privat? Bitte denken Sie dabei an alle Geräte in Ihrem Haushalt bzw. in Ihrem Unternehmen, die Sie (auch) für private Zwecke nutzen. n= 1.000; Angaben in % von Gesamt

Eine aktive Nutzung aller Geräte führt zu einer hohen Gesamtnutzung – das geht nur gleichzeitig



n= 507

194
Minuten



n= 723

136
Minuten



n= 207

115
Minuten



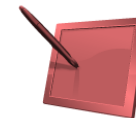
n= 695

115
Minuten



n= 698

80
Minuten



n= 283

68
Minuten

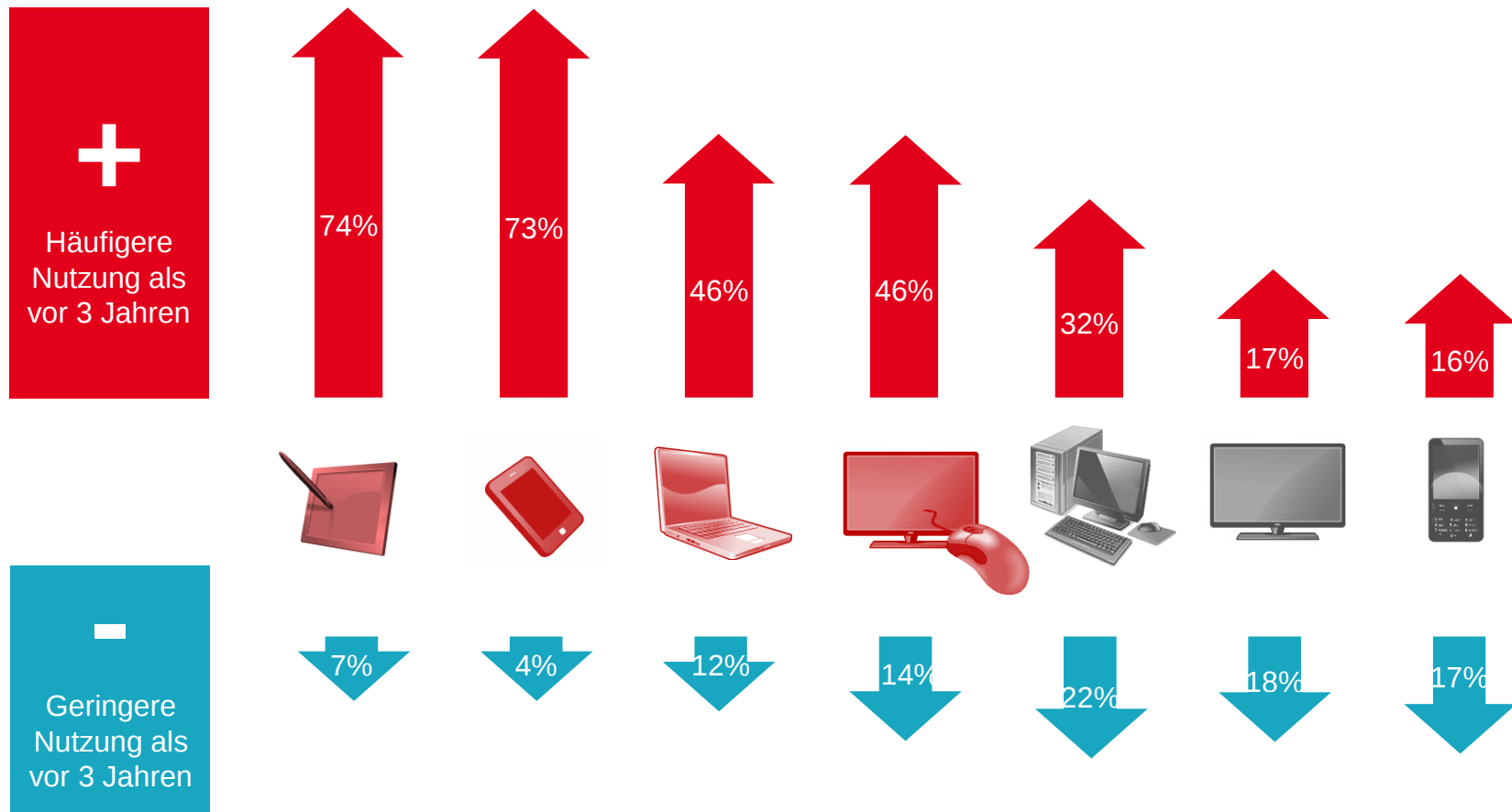


n= 205

24
Minuten

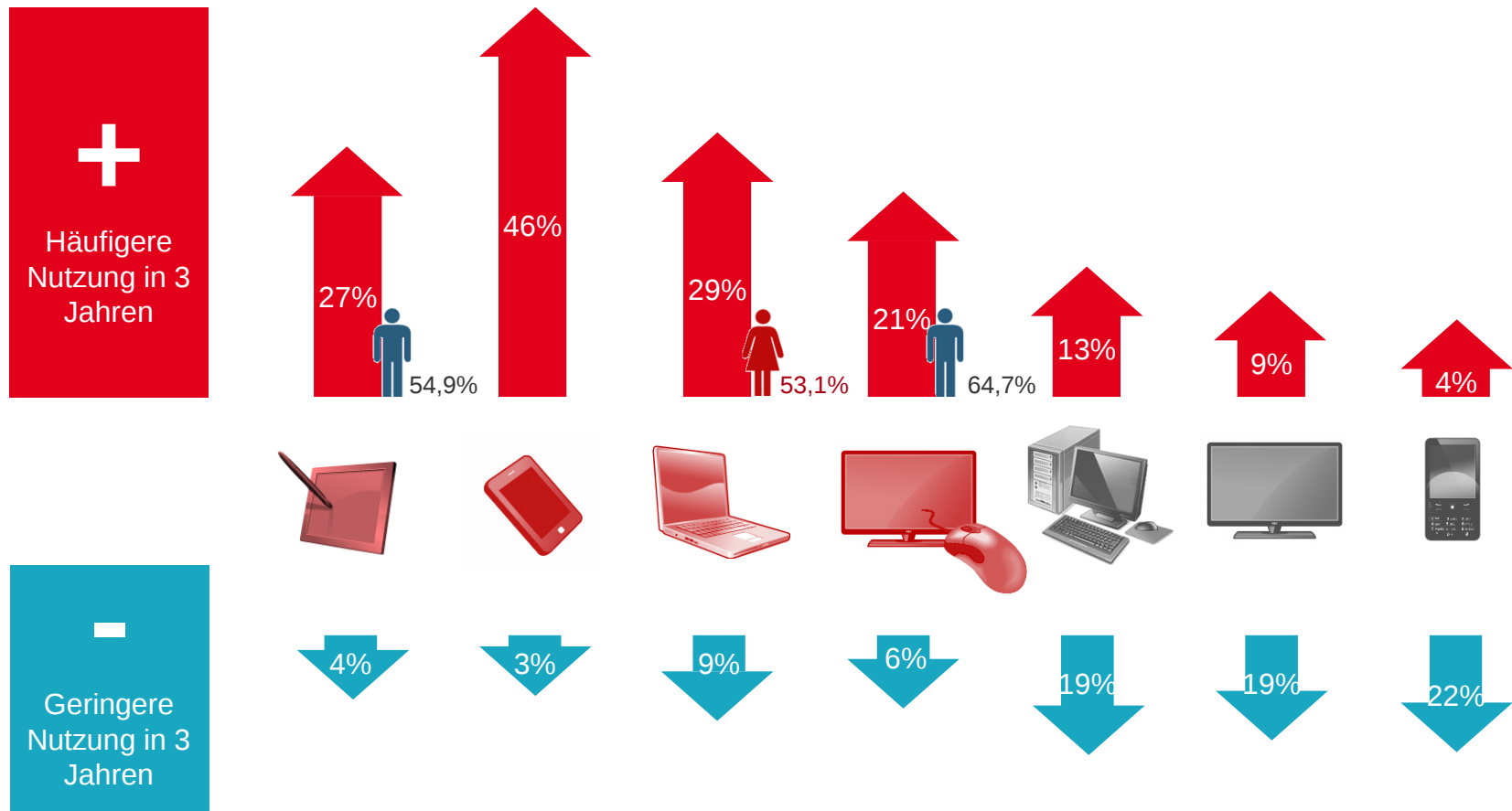
Source: F4: Wie viele Minuten pro Tag nutzen Sie die folgende Geräte in etwa an einem durchschnittlichen Wochentag (Mo-Fr)? Basis: Nutzer von Smart-TV oder TV-Gerät (ohne Internetfunktion) und mindestens einem internetfähigen Endgerät

Mobile Geräte wurden in den letzten 3 Jahren deutlich häufiger genutzt als zuvor



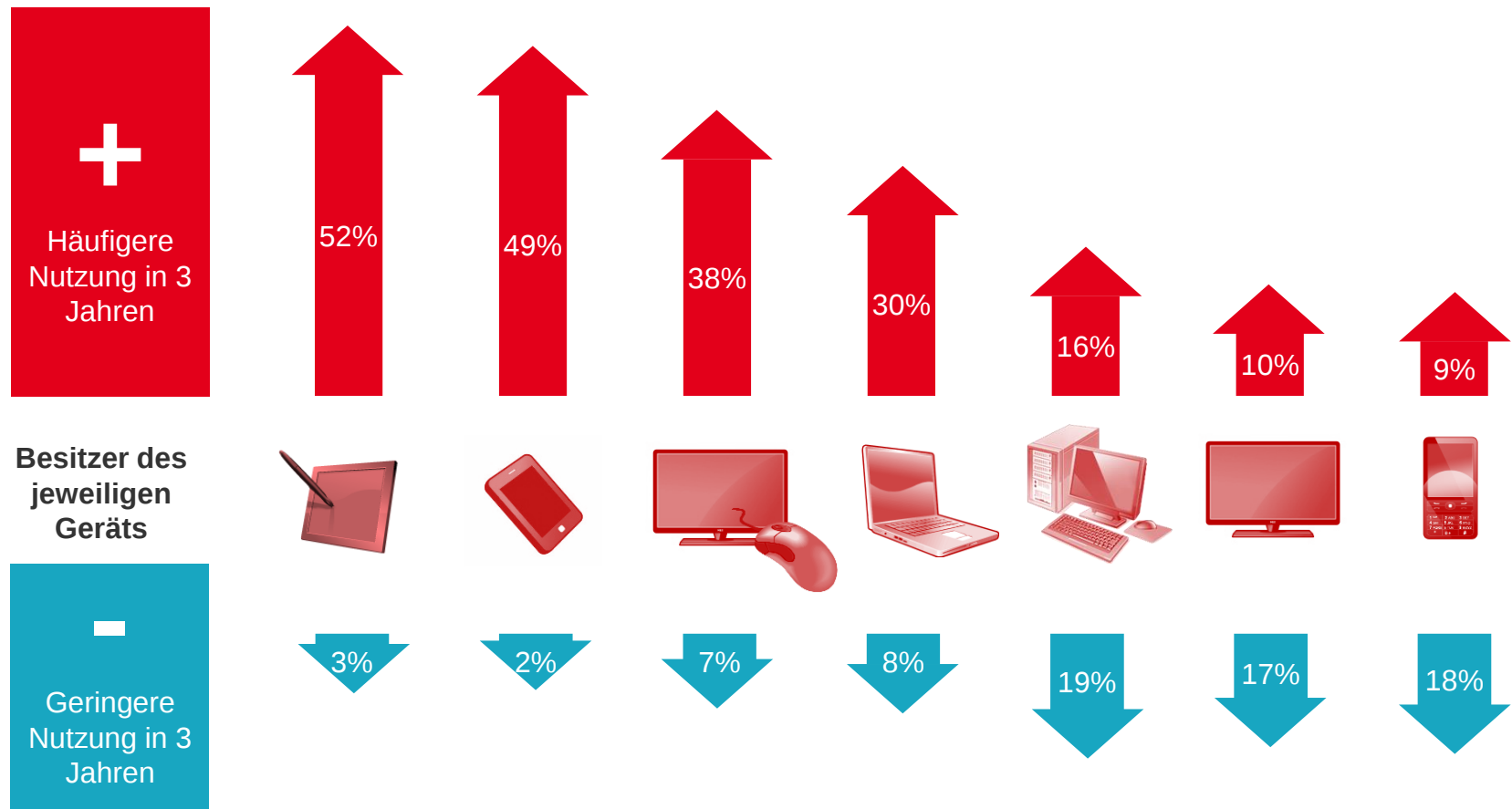
Source: F2. Wenn Sie an die letzten 3 Jahre denken, wie hat sich Ihre private Nutzung für die folgenden Geräte verändert? Basis: Nutzer von Smart-TV oder TV-Gerät (ohne Internetfunktion) und mindestens einem internetfähigen Endgerät; Smartphone / Handy mit Internetfunktion: n= 723; Laptop / Netbook: n= 725; Tablet / E-Reader mit Internetfunktion: n= 292; Desktop-PC: n=540; TV-Gerät (ohne Internetfunktion): n =746; Smart-TV: n= 228; Handy ohne Internetfunktion: n =226

Der Siegeszug von Smartphones setzt sich nach Nutzereinschätzung weiter fort



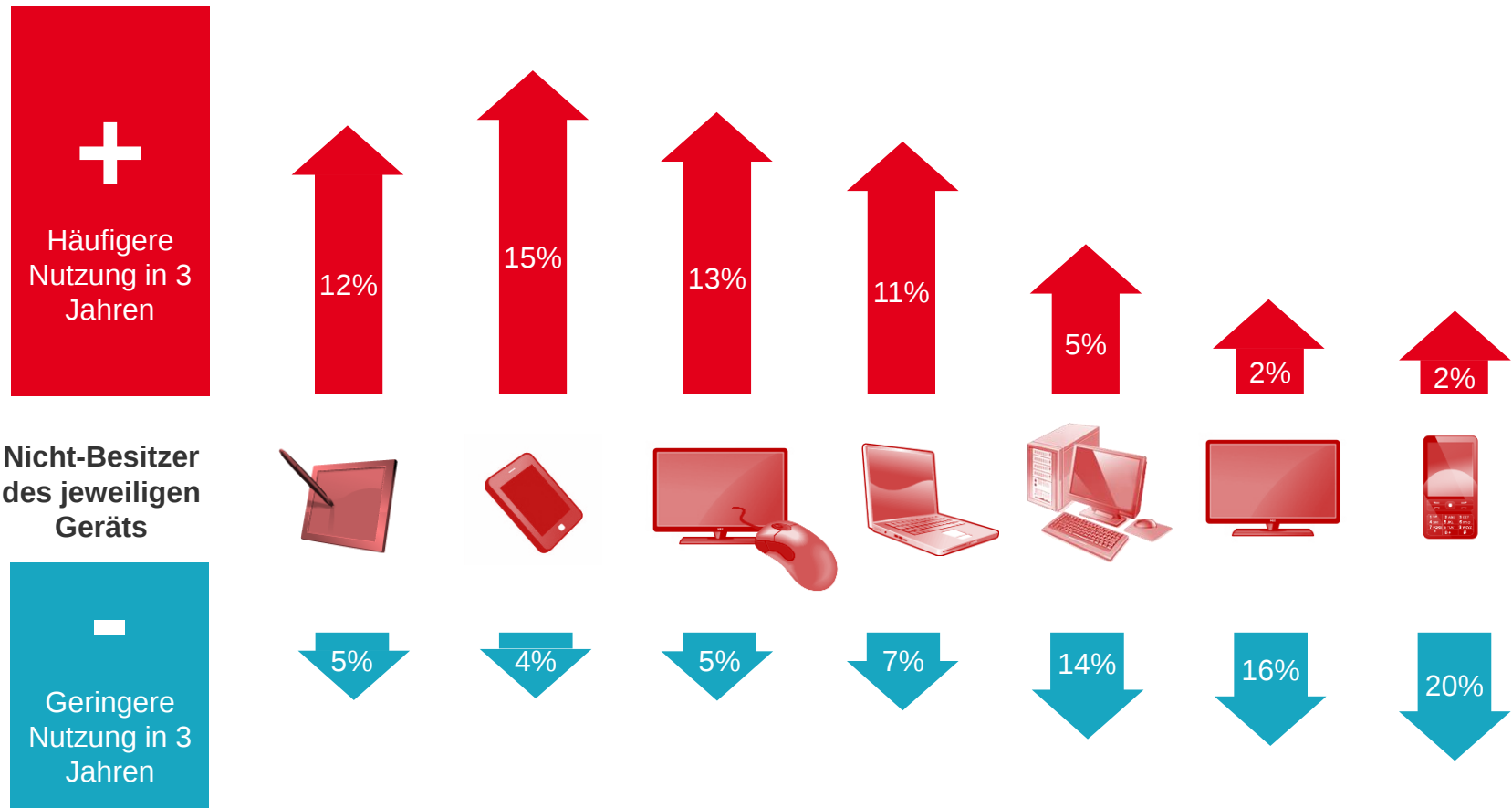
Source: F3. Wenn Sie nun an die nächsten 3 Jahre denken, wie wird sich Ihre private Nutzung für die folgenden Geräte verändern? Basis: Nutzer von Smart-TV oder TV-Gerät (ohne Internetfunktion) und mindestens einem internetfähigen Endgerät, n= 895

„Neuere“ Geräte werden von den jeweiligen Besitzern mit einer häufigeren Nutzung eingeschätzt – „ältere“ mit geringer Nutzung



Source: F3. Wenn Sie nun an die nächsten 3 Jahre denken, wie wird sich Ihre private Nutzung für die folgenden Geräte verändern? Basis: Nutzer von Smart-TV oder TV-Gerät (ohne Internetfunktion) und mindestens einem internetfähigen Endgerät und Besitzer des jeweiligen Geräts: Smartphone / Handy mit Internetfunktion: n= 723; Laptop / Netbook: n= 725; Tablet / E-Reader mit Internetfunktion: n= 292; Desktop-PC: n=540; TV-Gerät (ohne Internetfunktion): n =746; Smart-TV: n= 228; Handy ohne Internetfunktion: n =226

„Neuere“ Geräte werden auch von den jeweiligen Nicht-Besitzern mit einer häufigeren Nutzung eingeschätzt – „ältere“ mit geringer Nutzung



Source: F3. Wenn Sie nun an die nächsten 3 Jahre denken, wie wird sich Ihre private Nutzung für die folgenden Geräte verändern? Basis: Nutzer von Smart-TV oder TV-Gerät (ohne Internetfunktion) und mindestens einem internetfähigen Endgerät und Nicht-Besitzer des jeweiligen Geräts: Smartphone / Handy mit Internetfunktion: n= 172; Laptop / Netbook: n= 170; Tablet / E-Reader mit Internetfunktion: n= 603; Desktop-PC: n= 355; TV-Gerät (ohne Internetfunktion): n =149; Smart-TV: n= 667; Handy ohne Internetfunktion: n =669

Nutzern fällt es schwer einzuschätzen wie sich ihre zukünftige Gerätenutzung entwickelt, v.a. wenn es bisher kaum Berührungspunkte gab

Tablet

50%



Smart-TV

52%

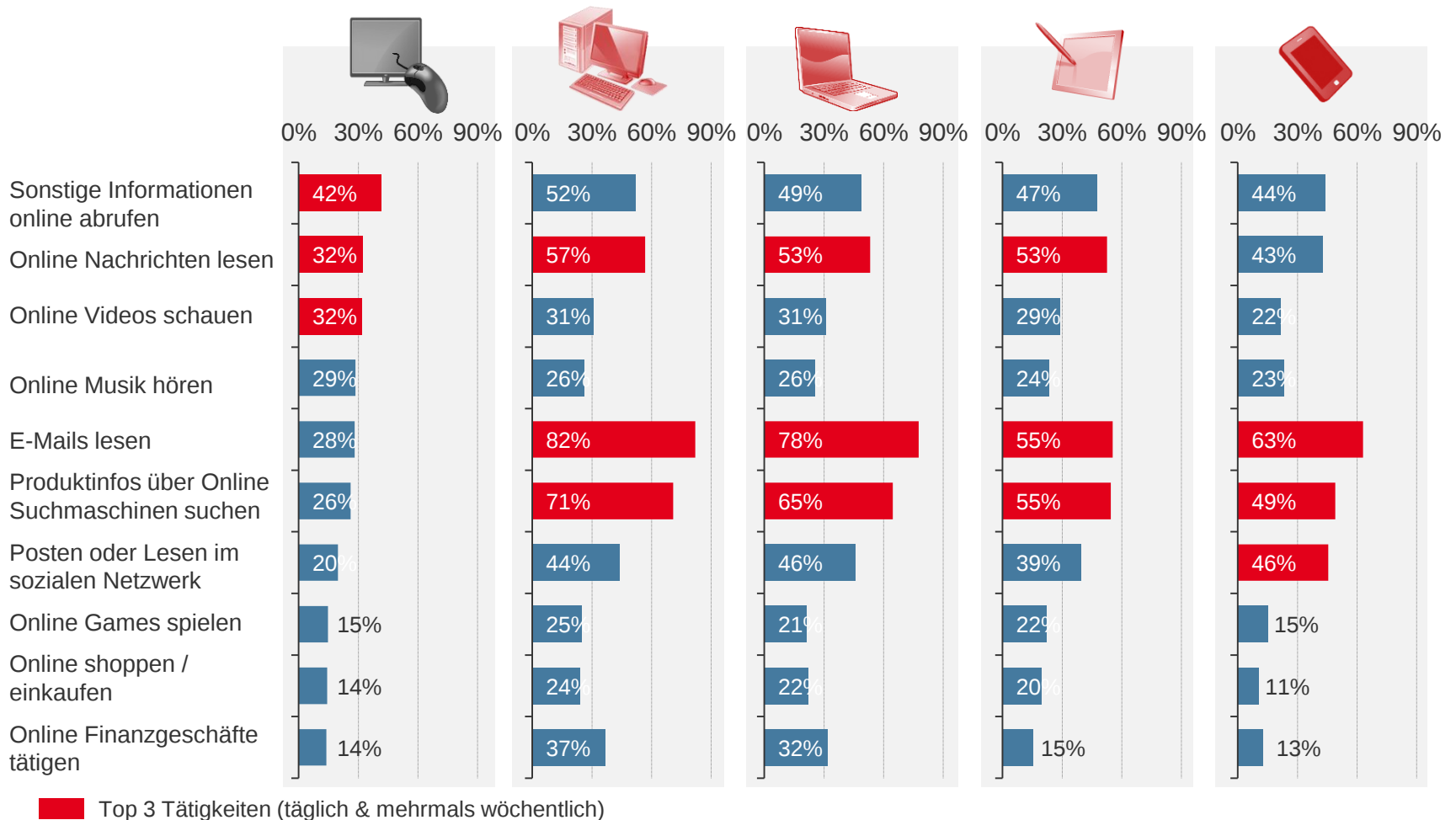


Wenn Sie nun an die nächsten 3 Jahre denken, wie wird sich Ihre private Nutzung für die folgenden Geräte verändern?

Kann ich nicht einschätzen / keine Nutzung

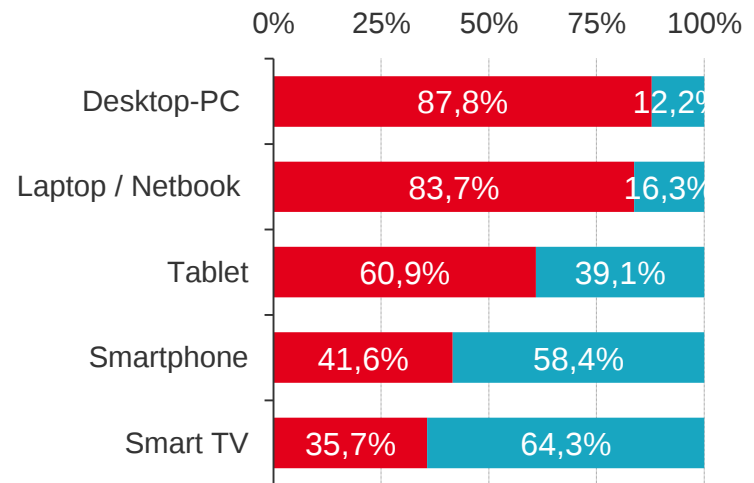
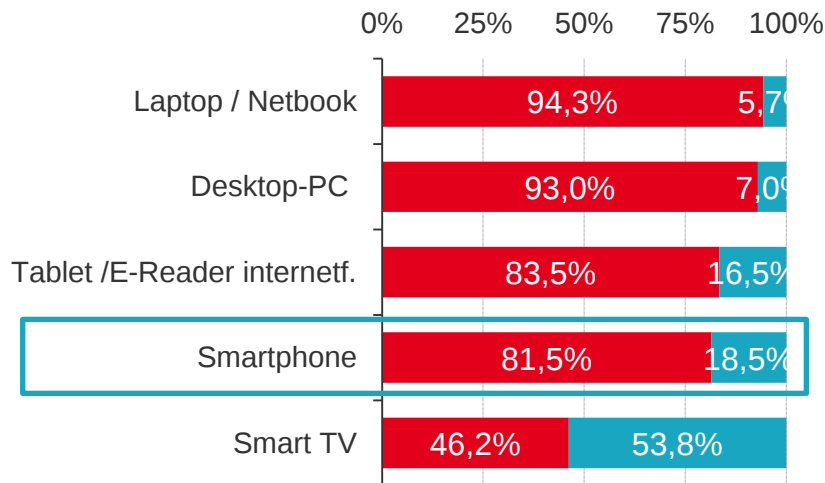
Source: F3. Wenn Sie nun an die nächsten 3 Jahre denken, wie wird sich Ihre private Nutzung für die folgenden Geräte verändern? Basis: Nutzer von Smart-TV oder TV-Gerät (ohne Internetfunktion) und mindestens einem internetfähigen Endgerät, n= 895

E-Mail-Kommunikation und Produktsuche als Top-Tätigkeiten bei fast allen Geräten



Source: F5. Wie häufig nutzen Sie die folgenden Inhalte auf dem jeweiligen Gerät? Basis: Nutzer von Smart-TV oder TV-Gerät (ohne Internetfunktion) und mindestens einem internetfähigen Endgerät, Nutzung täglich und mehrmals wöchentlich; Smart-TV: n= 238; Desktop-PC: n= 583; Laptop / Netbook: n=796; Tablet / E-Reader mit Internetfunktion: n= 312; Smartphone / Handy mit Internetfunktion: n=782

Das Smartphone als wichtige Informationsquelle bei der Produktsuche



Source: F5. Wie häufig nutzen Sie die folgenden Inhalte auf dem jeweiligen Gerät? Basis: Nutzer von Smart-TV oder TV-Gerät (ohne Internetfunktion) und mindestens einem internetfähigen Endgerät, Nutzung täglich und mehrmals wöchentlich; Smart-TV: n= 238; Desktop-PC: n= 583; Laptop / Netbook: n=796; Tablet / E-Reader mit Internetfunktion: n= 312; Smartphone / Handy mit Internetfunktion: n=782

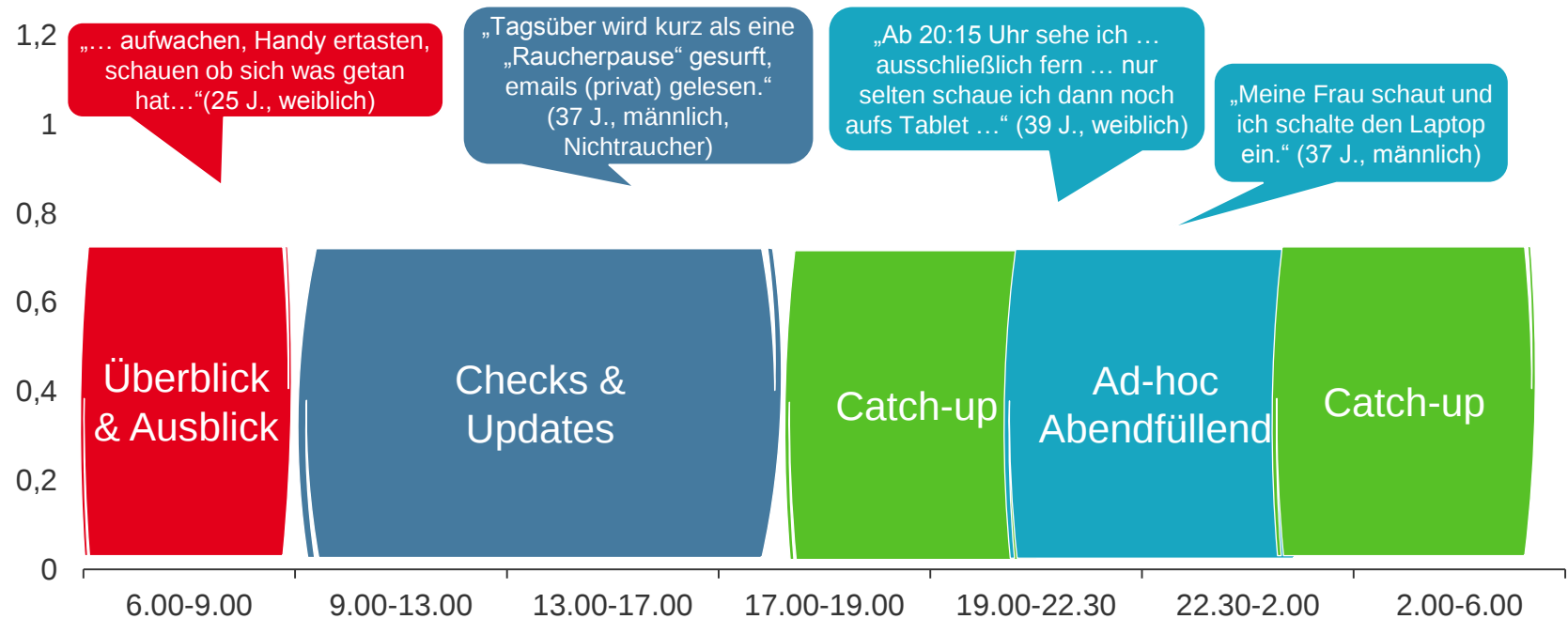


Always on aber nicht always online

Das Internet als ständiger Begleiter durch den Tag



Die Beweggründe der Internetnutzung variieren über den Tag

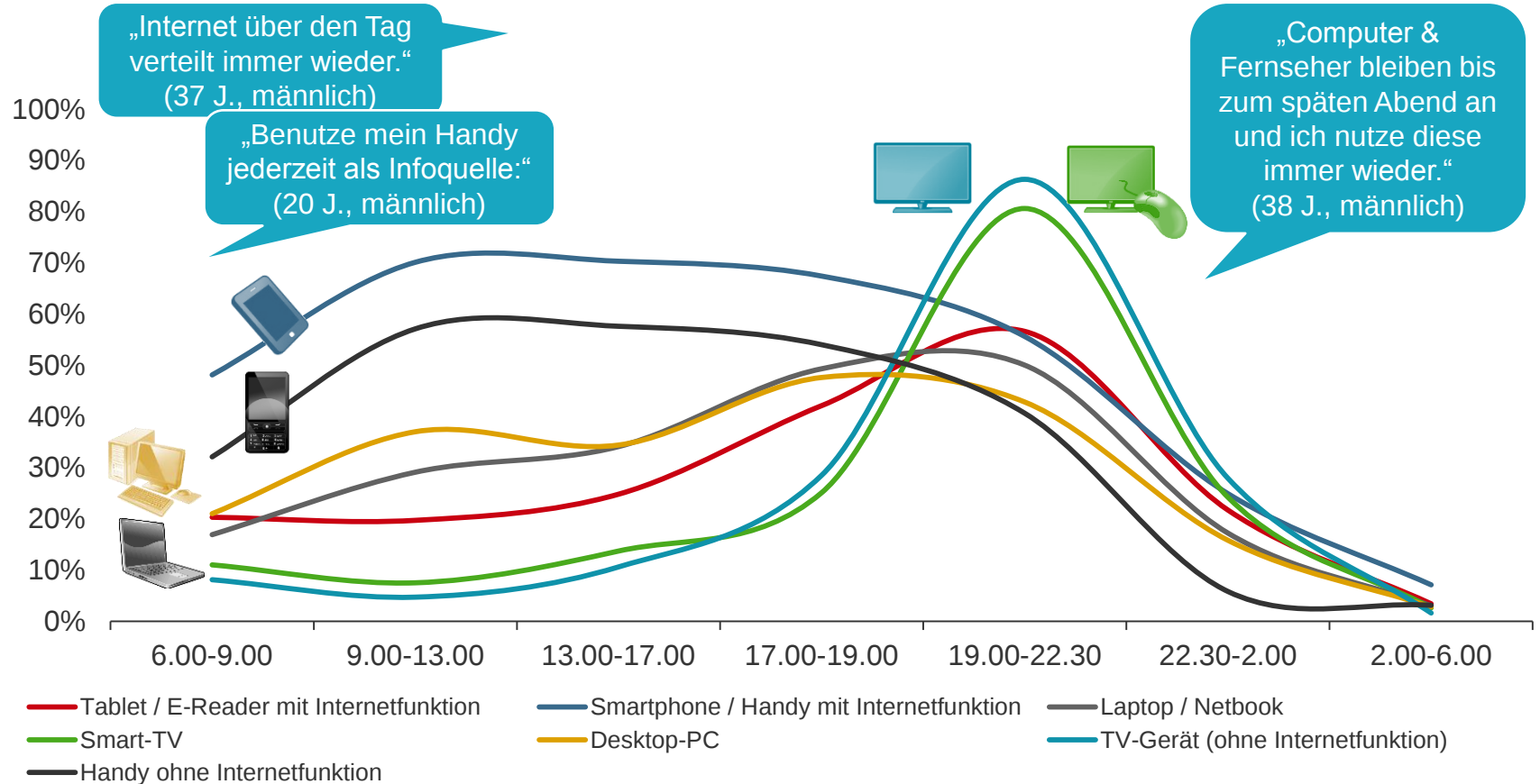


Source: MEC Digifaces, n= 30, Tag 1 (siehe Studienbeschreibung)



Das Smartphone als ständiger Begleiter durch den Tag

Der Hauptabend ist nach wie vor gewohnte Fernsehzeit



Source: F7. Wenn Sie wieder an einen durchschnittlichen Wochentag (Mo-Fr) denken, welches Gerät nutzen Sie üblicherweise zu welcher Uhrzeit bzw. zu welchen Uhrzeiten?
Basis: Nutzer von Smart-TV oder TV-Gerät (ohne Internetfunktion) und mindestens einem internetfähigen Endgerät; Tablet / E-Reader mit Internetfunktion: n= 290; Smart-TV: n= 227, Handy ohne Internetfunktion: n= 224, Smartphone / Handy mit Internetfunktion: n= 720, Laptop / Netbook: n= 722, Desktop-PC: n= 538; TV-Gerät (ohne Internetfunktion): n= 743; MEC Digifaces, n=30, Tag 1 (siehe Studienbeschreibung)

TV Prime-Time ist TV Prime-Time, Internetnutzug findet eher begleitend statt

„... dass beim Vorabend-programm
das Internet stärker nutze als, d.h.
weniger auf das **Fernsehen**
konzentriert bin und beim
Hauptprogramm doch genau
sagen könnte ...um welchen
Inhalt es geht.“ (27 J., weiblich)



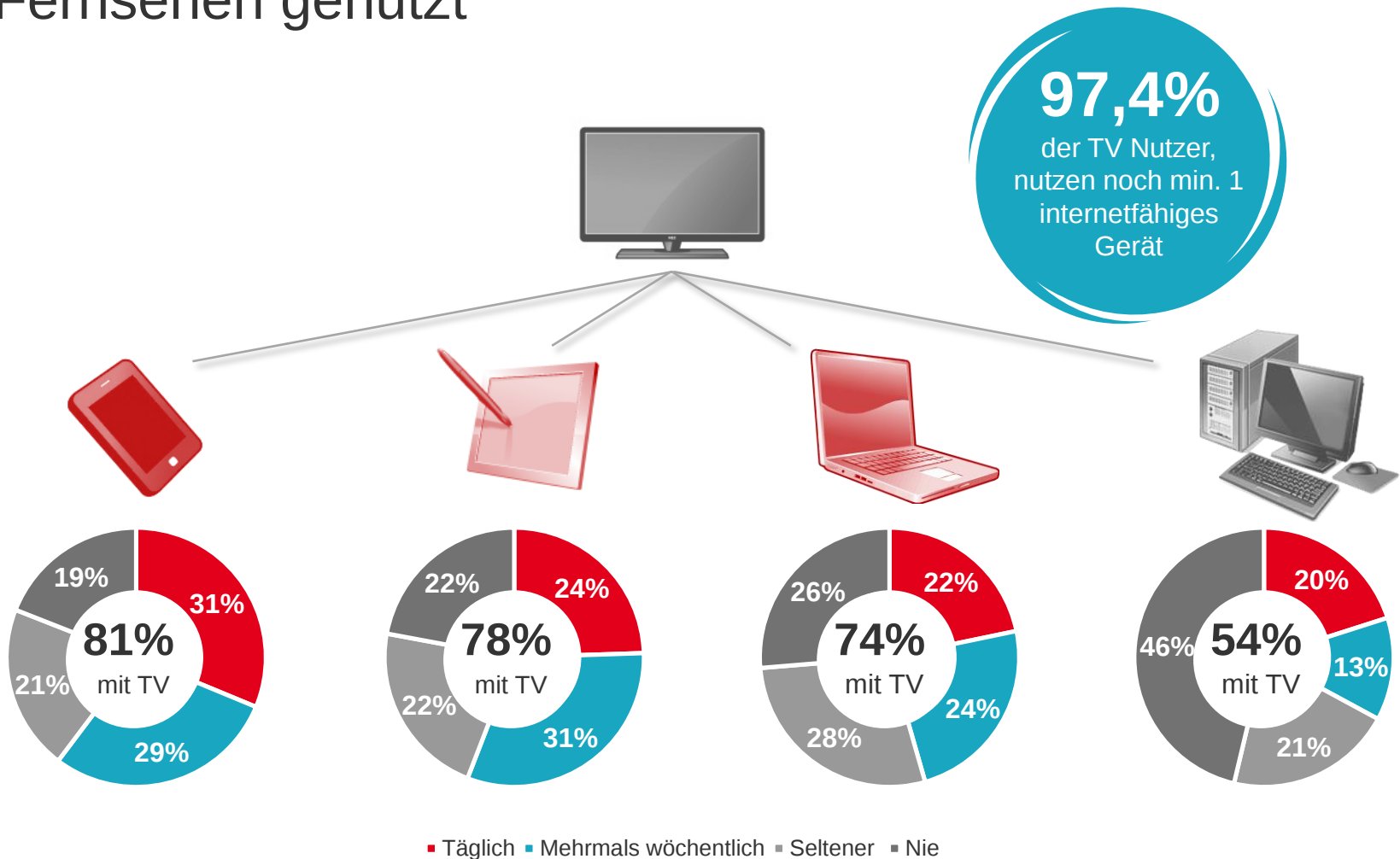
„Zur Primetime schaue ich
dann eigentlich nur
Fernsehen.“
(28 J., weiblich)

„Bei Abendfilmen, Dokus oder
Serien die ich gerne sehe,
verwende ich nebenbei keine
anderen Geräte...“
(22 J., weiblich)

Source: MEC Digifaces, n=30, Tag 1, 2 & 3 (siehe Studienbeschreibung)

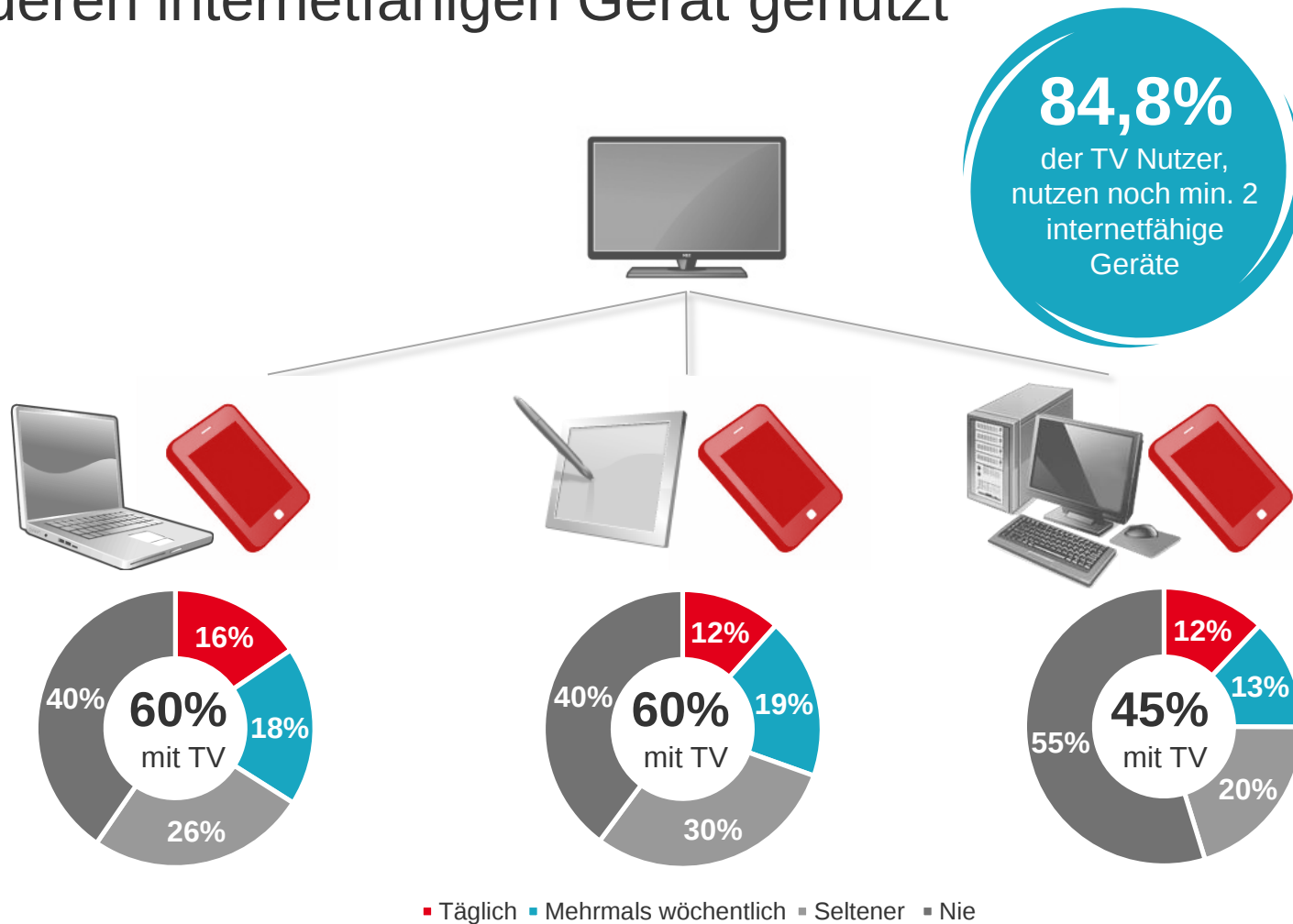


Mobile Geräte werden besonders häufig parallel beim Fernsehen genutzt



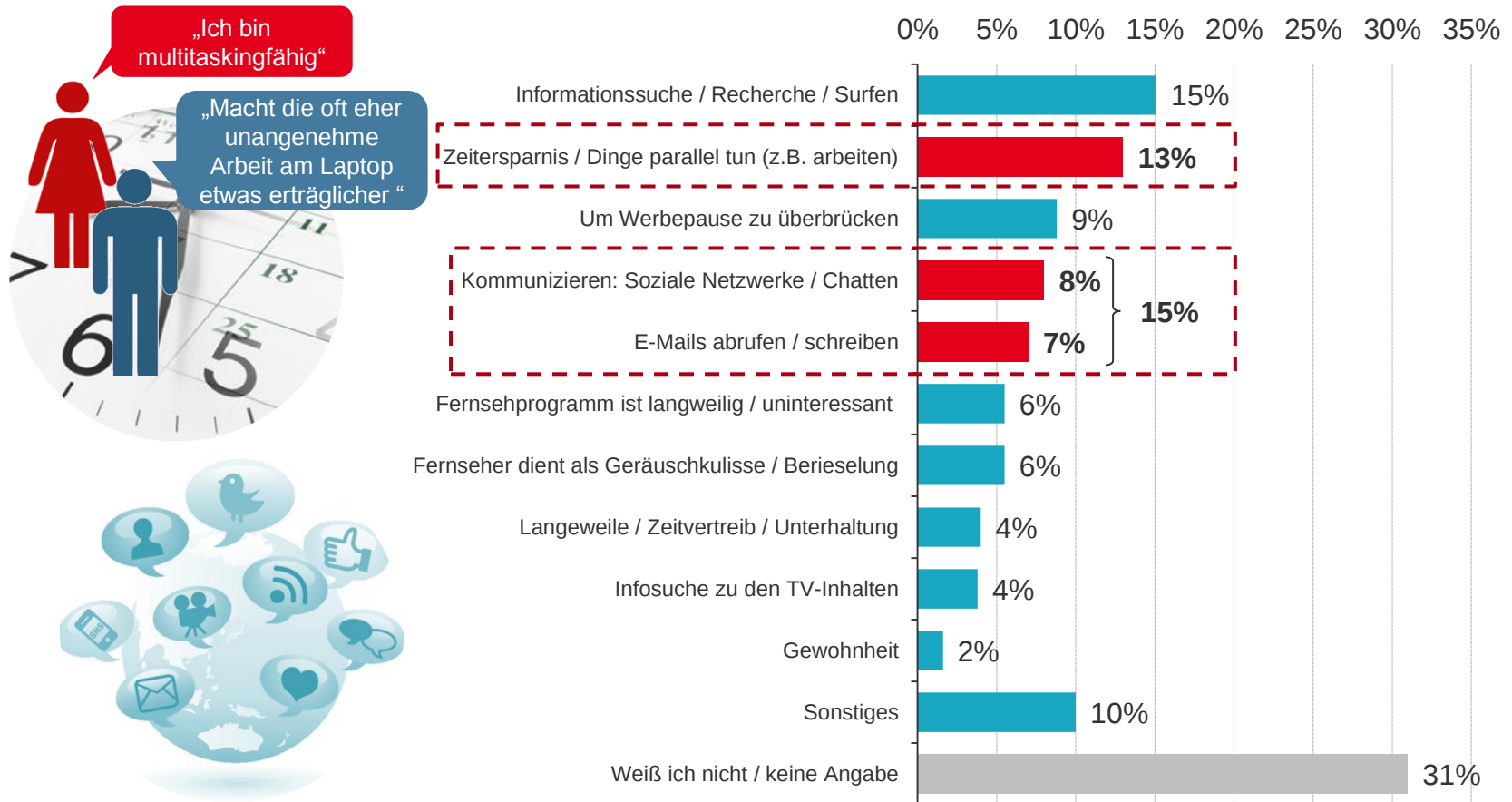
Source: F8. Wenn Sie TV / Smart-TV schauen, wie häufig nutzen Sie parallel dazu das Internet über die folgenden Geräte? Während dem Fernsehen nutze ich auch ... Basis: Nutzer von Smart-TV oder TV-Gerät (ohne Internetfunktion) und mindestens einem internetfähigen Endgerät; Smartphone: n= 720, Tablet: n= 290, Laptop / Netbook: n= 722, Desktop-PC: n= 538

Smartphones werden auch zusätzlich zu TV und einem anderen internetfähigen Gerät genutzt



Source: F8. Wenn Sie TV / Smart-TV schauen, wie häufig nutzen Sie parallel dazu das Internet über die folgenden Geräte? Während dem Fernsehen nutze ich auch ... Basis: Nutzer von Smart-TV oder TV-Gerät (ohne Internetfunktion) und mindestens einem internetfähigen Endgerät; Laptop & Smartphone: n= 606, Tablet & Smartphone: n= 226, Desktop-PC & Smartphone: n= 431

Das Internet ermöglicht bei der gewohnten Fernsehzeit Kontakt zu halten und Erledigungen zu machen



Source: F10. Aus welchen Gründen nutzen Sie parallel zum Fernsehen gleichzeitig das Internet über andere Geräte? Basis: Nutzer von Smart-TV oder TV-Gerät (ohne Internetfunktion) und mindestens einem internetfähigen Endgerät und nutzen zumindest selten mindestens ein internetfähiges Endgerät parallel zum TV, n= 764

Der Weg ins Internet als Ausweg vor langweiligen TV-Inhalten... ... aber keine Sackgasse

TV-Programm langweilt Online gehen

„... dass ich bei langweiligem Programm am Smartphone surfe ...“ (31 J., männlich)

„...wenn mein Lebensgefährte etwas anschaut was mich nicht interessiert...“ (39 J., weiblich)

„... mir ein bestimmter Werblock nicht so zusagt ...“ (36 J., männlich)



„... Die Konzentration kann halt nur auf eines der beiden Sachen gerichtet werden (was halt gerade interessanter ist) und somit **ändert sich meine Aufmerksamkeit im Laufe des Abends.**“ (24 J., männlich)

„In Summe wurde aus dem stupidem in die Kiste starren **ein etwas aktiverer Prozess** der etwas lebendiger ist wenn etwas wirklich interessant zu sein scheint.“ (31 J., männlich)

„... bin damit eigentlich **ein aktiver Teilnehmer geworden** ...“ (36 J., männlich)

TV-Programm interessiert Offline gehen

„... wenn halt im TV grad was Interessantes passiert dann wird halt auf den PC verzichtet und der Fernseher fixiert.“ (17 J., männlich)

„Wenn mich eine Sendung aber wirklich interessiert, mache ich nebenbei nichts.“ (39 J., weiblich)

„Bei Abendfilmen, Dokus oder Serien die ich gerne sehe, verwende ich nebenbei keine anderen Geräte. Sonst aber eigentlich immer.“ (22 J., weiblich)

Source: MEC Digifaces, n=30, Tag 2 & 3 (siehe Studienbeschreibung)



Entweder oder, volle Konzentration auf beides geht nicht



„... Manchmal passiert es mir dann schon, dass ich Sendungen die ich mir ansehen möchte, versäume oder **nur Teile davon mitbekomme** weil ich zu sehr auf **den Laptop konzentriert bin** ...“
(37 J., männlich)

„... Entweder, ich schaue **nebenbei**, oder ich konzentriere mich ganz auf die **Sendung**, die mich interessiert und möchte dann aber auch nichts verpassen.“
(44 J., weiblich)

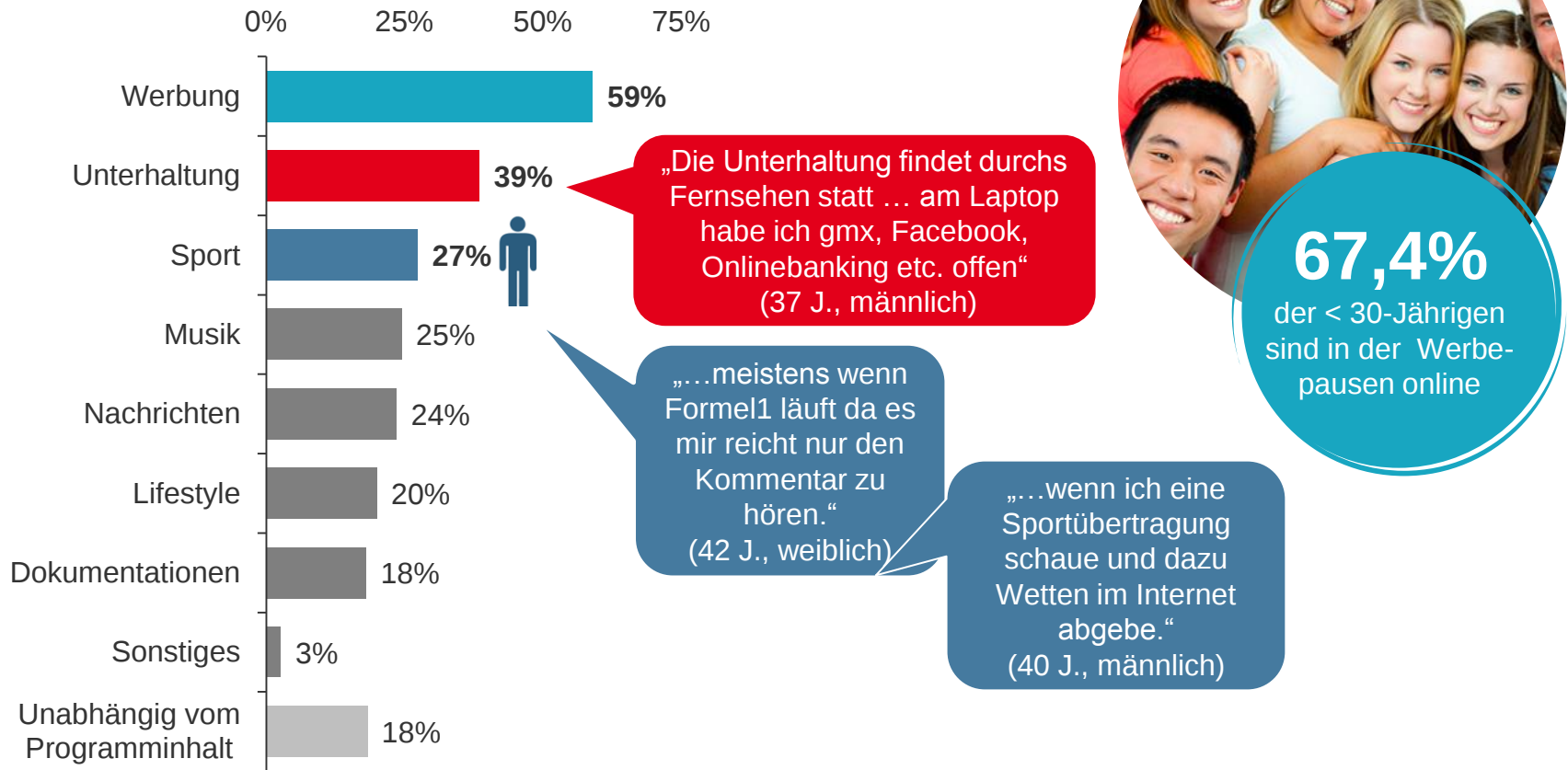
„... Wenn man beim Surfen aus etwas interessantes stößt, konzentriert man sich nicht mehr so auf das Programm...“
(40 J., weiblich)

„... **bin öfter durch das Internet abgelenkt**, aber dies **nur von kurzer Dauer** da ich nur einen Namen oder Produkt google ...“
(27 J., männlich)

Source: MEC Digifaces, n=30, Tag 1, 2 & 3 (siehe Studienbeschreibung)

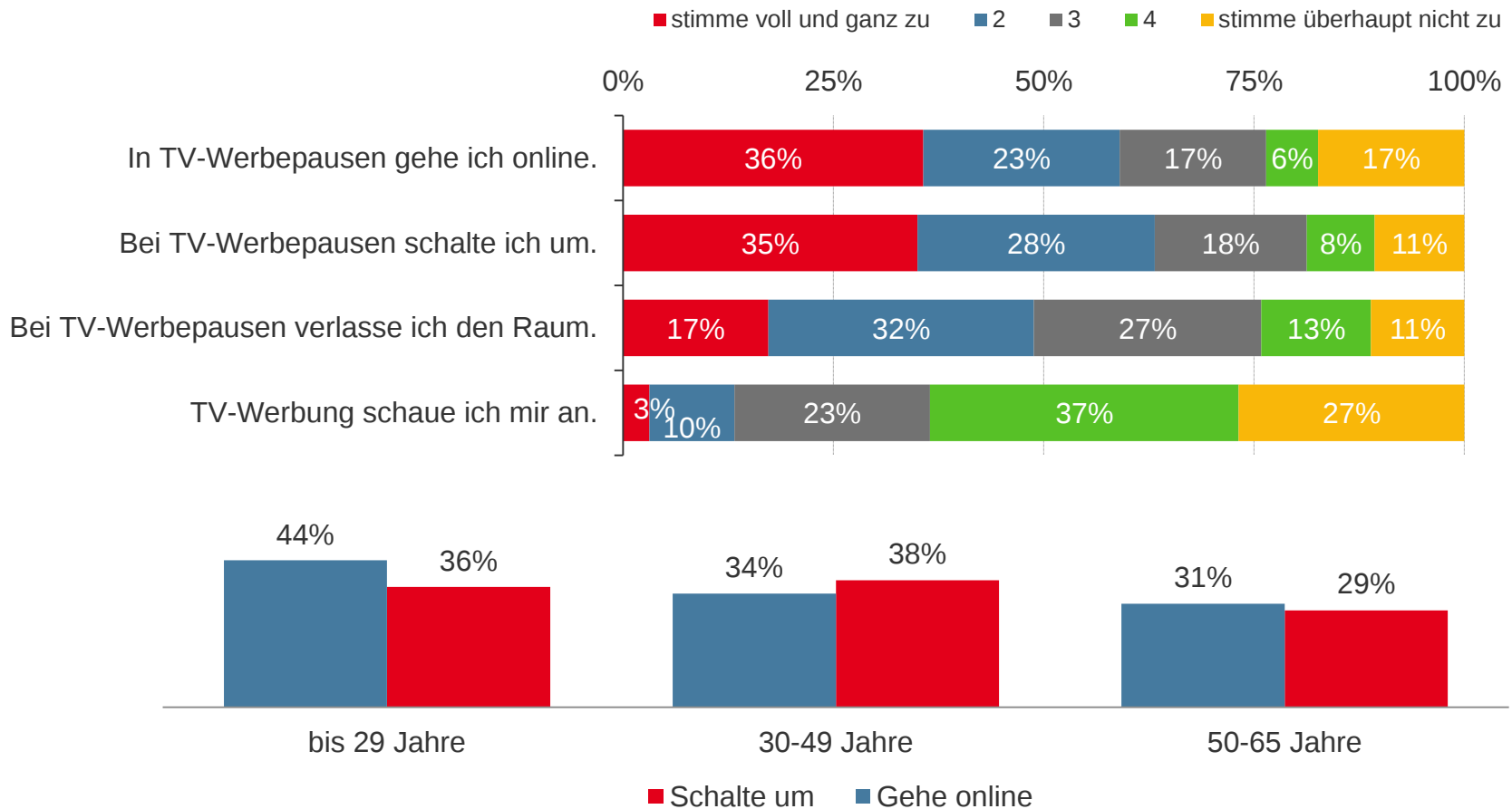


Während der Online-Nutzung läuft Werbung oder ein Unterhaltungsprogramm



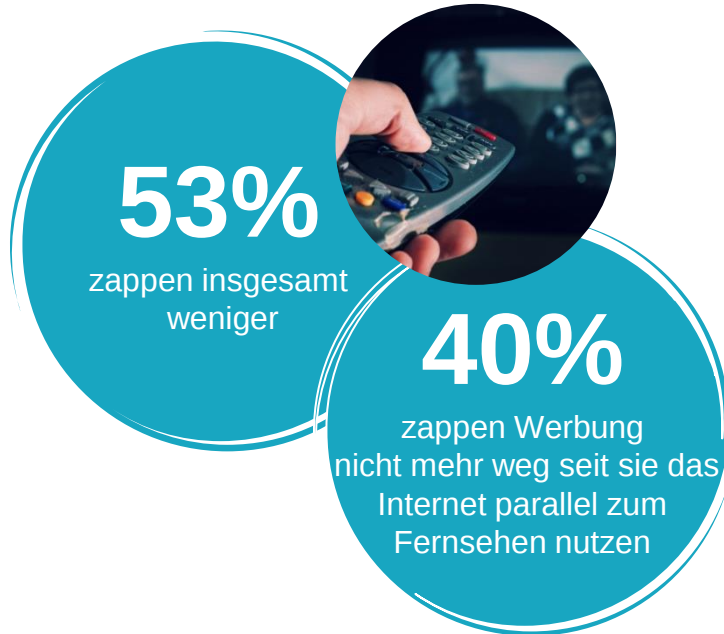
Source: F11. Bei welchen Sendungen bzw. Programminhalten im TV nutzen Sie üblicherweise parallel andere Geräte (wie Desktop-PC, Laptop, Tablet oder Smartphone)? Basis: Nutzer von Smart-TV oder TV-Gerät (ohne Internetfunktion) und mindestens einem internetfähigen Endgerät und nutzen zumindest selten mindestens ein internetfähiges Endgerät parallel zum TV, n= 764; MEC Digifaces Tag 3

Umschalten & Online gehen: Wird Werbung nicht gesehen?



Source: F14. Bitte geben Sie an, inwiefern Sie den folgenden Aussagen zustimmen. Basis: Nutzer von Smart-TV oder TV-Gerät (ohne Internetfunktion) und mindestens einem internetfähigen Endgerät, n= 891

...oder doch?



„... habe den Eindruck, dass Werbung immer mehr **als Tor zur Online-Welt** konzipiert wird ... ich denke da an die Art von Neben-Interessen, die Werbung wecken kann: Man kann sich auf youtube z.B. das ganze Musikvideo zu einem Song ansehen, der in einem Werbespot zu hören ist, oder man kann nachsehen, welcher Filmstar jetzt die neue Kampagne von XY unterstützt, oder wie das hübsche Model im Spot von XY heißt etc. etc.“
(36 J., männlich)

„... wenn ich nur fernsehe zappe ich wesentlich öfter...“
(37 J., männlich)

„... hat sich das durchzappen den ganzen Abend erledigt...“
(35 J., männlich)

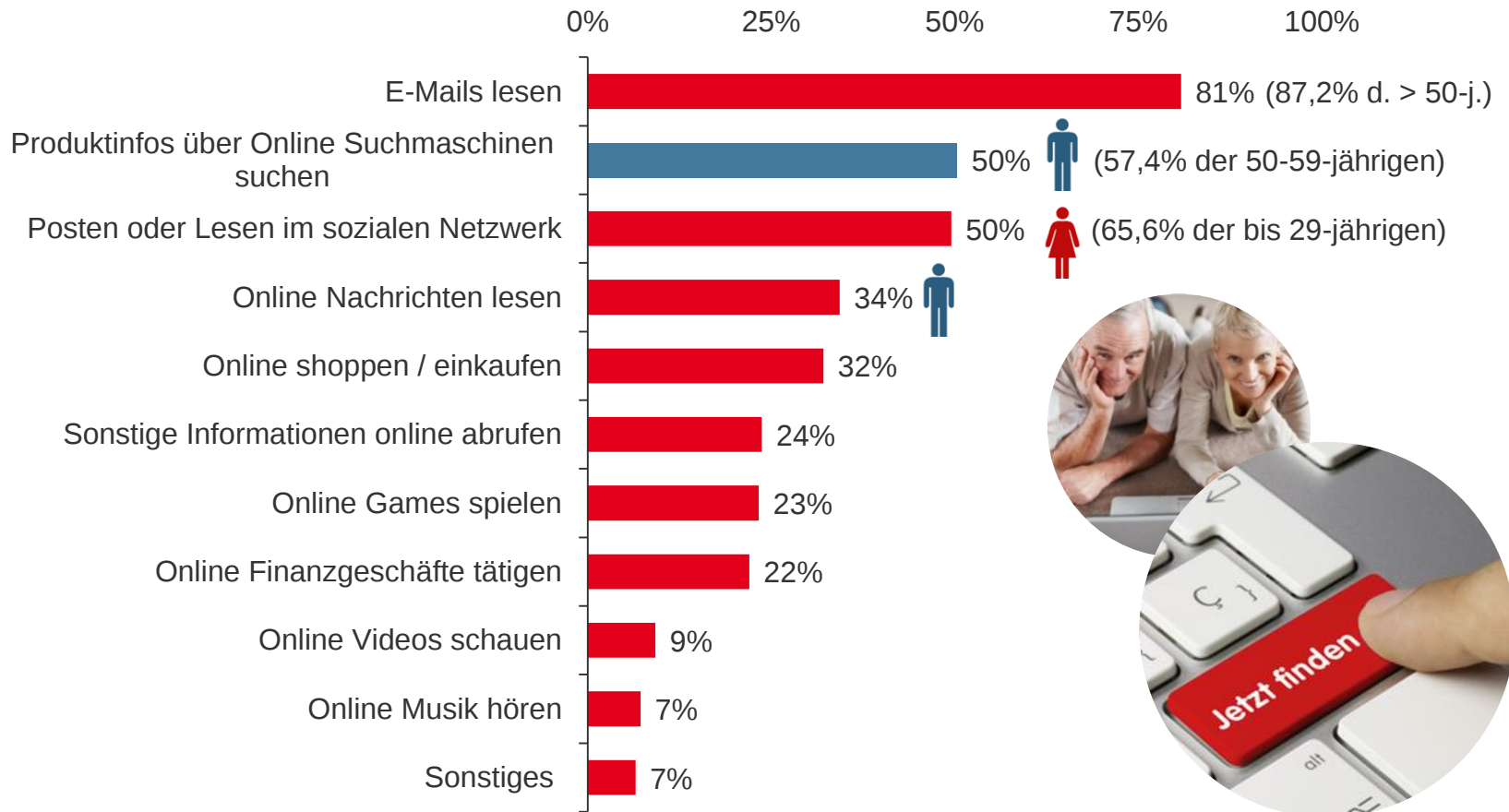
„... hab meistens nicht mehr so den Drang wegzuzappen wenn Werbung läuft ...“
(28 J., weiblich)

„Was sich sicher geändert hat ist, dass ich Werbung nicht mehr wegschalte...“
(39 J., weiblich)

Source: MEC Digifaces, n=30, MEC Digifaces Tag 3 (siehe Studienbeschreibung)



Die Suche nach Produktinformationen rangiert auf Platz 2 der beliebtesten Online-Tätigkeiten neben dem Fernsehen



Source: F13. Wenn Sie fernsehen, welchen Inhalte nutzen Sie dann parallel dazu online oder mobil (egal ob über Desktop-PC, Laptop, Tablet oder Smartphone)? Basis: Nutzer von Smart-TV oder TV-Gerät (ohne Internetfunktion) und mindestens einem internetfähigen Endgerät und nutzen zumindest selten mindestens ein internetfähiges Endgerät parallel zum TV, n= 764

TV-Inhalte regen zur Online-Nutzung an

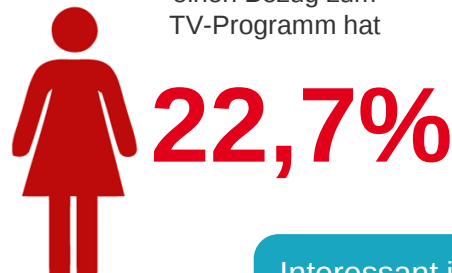


Sehr wahrscheinlich /
wahrscheinlich, dass
die Online-Aktivität
einen Bezug zum
TV-Programm hat

„... ich schnappe im
Fernsehen auf was mich
brennend interessiert...“
(44 J., weiblich)

„...oder ich informiere mich
über etwas, das mich in dem
Moment interessiert, was auch
mit dem Fernsehprogramm
zusammenhängen kann.“
(21 J., weiblich)

„Da kommt es auch öfter
vor, dass ich nach film-
spezifischen Infos online
suche.“ (32 J., weiblich)



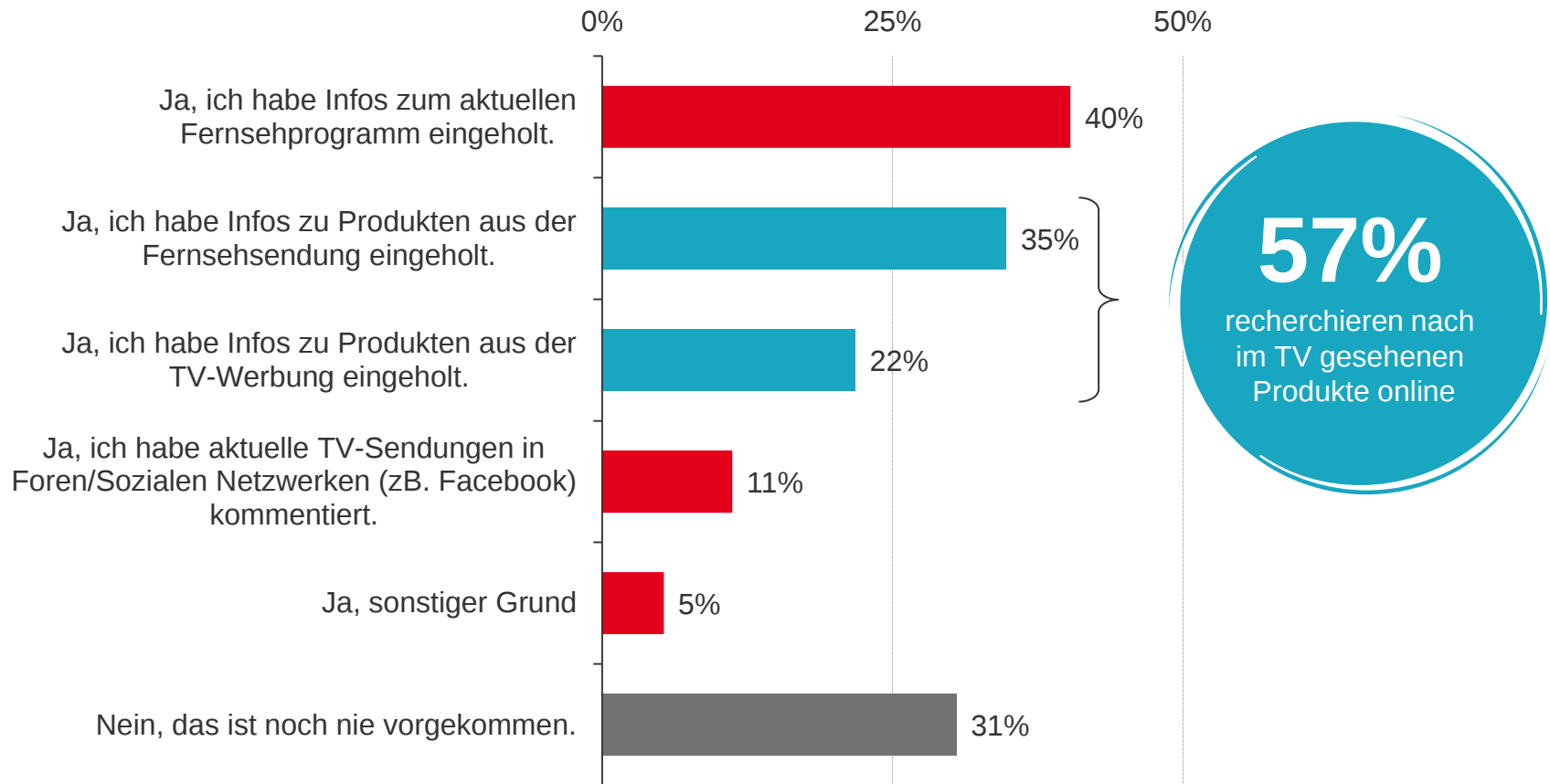
„... wenn ich im TV etwas zu
recherchieren sehe will ich das
gleich machen...“
(46 J., männlich)

„Meist um nähere Informationen
über das gerade gesehene
(Nachrichten, Produkt, usw.)
oder über die gerade laufende
Sendung zu suchen.“ (24 J.,
männlich)

Interessant ist auch, dass
sich TV und online ergänzen
können.“ (36 J., männlich)

Source: F12. Wenn Sie parallel zum Fernsehen das Internet nutzen, wie wahrscheinlich ist es, dass diese Online-Aktivität dann einen Bezug zum Inhalt des TV-Programms hat?
Basis: Nutzer von Smart-TV oder TV-Gerät (ohne Internetfunktion) und mindestens einem internetfähigen Endgerät und nutzen zumindest selten mindestens ein internetfähiges Endgerät parallel zum TV, n= 764

Fernsehen animiert zur Onlinesuche nach Produkten



Source: F15. Wurden Sie durch Sendungen bzw. Programminhalte im TV schon einmal dazu angeregt das Internet (egal ob über Desktop-PC, Laptop, Tablet oder Smartphone) zu nutzen? Wenn ja, wofür haben Sie das Internet dann genutzt? Basis: Nutzer von Smart-TV oder TV-Gerät (ohne Internetfunktion) und mindestens ein internetfähiges Endgerät und nutzen zumindest selten mindestens ein internetfähiges Endgerät parallel zum TV, n= 891

Wo kriege ich es her? Wo ist es am günstigsten? Bewertung von anderen Käufern? Gibt es Alternativen?

Preisvergleichs-
plattformen

Preischeck

Herstellerwebsite

YouTube

Produkt-
informationen

Suchmaschinen

Suchmaschinen

Händlersuche

Herstellerwebsite

Suchmaschinen

Erfahrungs-
berichte

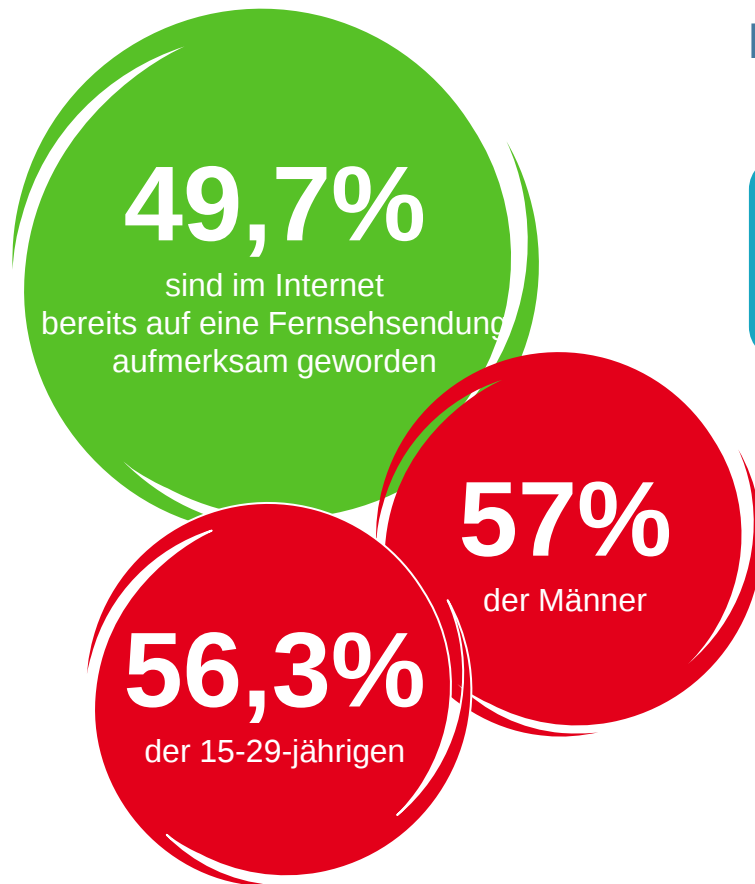
Vergleich
mit

Konkurrenzprodukten

Bewertungen

Source: MEC Digifaces, n= 30 Tag 5 (siehe Studienbeschreibung); (31 J., männlich)

Online-Informationen zu Fernsehsendungen werden rege genutzt



Der Wunsch nach Mehr besteht, aber ...

„... Speziell bei Dokus wären oft tiefergehende Informationen sinnvoll / wünschenswert ...“
(31 J., männlich)

„...es gab schon oft Situationen in den ich mir mehr Informationen gewünscht hätte...“
(43 J., weiblich)

„... hab ich mir schon oft im Anschluss oder auch während einer Sendung Infos geholt...“
(32 J., weiblich)

„... Mich interessieren vor allem Reality-Soaps ... da wünsche ich mir oft mehr Informationen über den Tagesablauf, da ja die Tageszusammenfassung, die in der Sendung ausgestrahlt wird...“ (44 J., weiblich)

Source: F16. Sind Sie im Internet (egal ob über Desktop-PC, Laptop, Tablet oder Smartphone) schon einmal auf eine Fernsehsendung aufmerksam geworden? Basis: Nutzer von Smart-TV oder TV-Gerät (ohne Internetfunktion) und mindestens einem internetfähigen Endgerät, n= 891; MEC Digifaces, n= 30, Tag 5 (siehe Studienbeschreibung)

Zu Zweit sieht man besser fern

Wird fernsehen (wieder) zum sozialen Event?

„Es gibt bei mir eine Regel, kein PC nach 20 Uhr, denn dann gehen wir Fernsehen und besprechen den Tag ... beim Fernsehen geht das reden nebenbei besser...“
(42 J., weiblich)

„... wenn ich mal bei Freunden zu Besuch bin und man gemeinsam fern sieht und dann immer wieder einmal Kommentare über das Gesehene abgibt.“
(36 J., männlich)

...verregneter Nachmittag zu zweit vor dem Fernseher ... (36 J., männlich)

„Normalerweise ... die Familie beisammen und redet beim Fernsehen meist gleich über das aktuell Gesehene ...“
(43 J., weiblich)

„... es kann eher sein, dass bei Ereignissen, z.Bsp. Wahlergebnisse gemeinsam geschaut wird, um darüber zu diskutieren ...“
(27 J., weiblich)

„... mit der Maus [Tochter] fernsehen ... ich finde es sollte "gemeinsam," geglotzt werden.“
(37 J., männlich)



Source: MEC Digifaces, n= 30, Tag 2,2 & 3 (siehe Studienbeschreibung)

Oder wird Fernsehen Social?



Source: MEC Digifaces, n= 30, Tag 4 (siehe Studienbeschreibung)

GOLDBACH AUDIENCE

GOLDBACH AUDIENCE AUSTRIA GmbH
Laimgrubengasse 14
1060 Wien

<http://www.goldbachaudience.at>
<http://online.austriamediatoool.at>

Ihre Ansprechpartnerin:

Isabella Bauer M.A.
isabella.bauer@goldbachaudience.at
T +43 1 370 88 08 882