

29.08.2012 – 10:31 Uhr

## Fernsehzuschauer nutzen immer stärker Soziale Netze

Düsseldorf (ots) -

- 62 Prozent der Fernsehzuschauer nutzen gleichzeitig Soziale Netze - Zunahme um 18 Prozent innerhalb eines Jahres
- 67 Prozent schauen sich TV- oder Videoinhalte auch auf Tablet-PCs, Smartphones oder Notebooks an
- 60 Prozent nutzen mindestens einmal pro Woche auch On Demand-Angebote

Nach internationalen Verbraucherbefragungen, die im Rahmen der jährlich vom Ericsson ConsumerLab veröffentlichte Studie zur Mediennutzung durchgeführt wurden, werden TV-Inhalte immer häufiger zeitgleich mit anderen Kommunikationsdiensten genutzt. Die Ergebnisse werden im diesjährigen "TV & Video Consumer Trend Report 2012" ausführlich vorgestellt.

So kommunizieren heute 62 Prozent der Nutzer während des TV- oder Video-Konsums einmal pro Woche oder häufiger über Soziale Netze. Das bedeutet eine Zunahme von 18 Prozent innerhalb eines Jahres - Frauen mit 66 Prozent deutlich häufiger als Männer (58 Prozent). 25 Prozent derjenigen, die beim Fernsehen gleichzeitig Soziale Netze nutzen, unterhalten sich dabei über das aktuell laufende Programm.

Auch für den TV-Konsum selbst spielen mobile Endgeräte eine immer wichtigere Rolle. Niklas Rönnblom, Senior Advisor des Ericsson ConsumerLab: "Etwa 67 Prozent schauen sich Fernseh- oder Videoinhalte mittlerweile auf Smartphones, Tablet-PCs und Laptops an. Darüber hinaus geben 60 Prozent der Konsumenten an, mindestens einmal pro Woche On Demand-Dienste zu nutzen. TV- und Videoinhalte werden heute auch nicht mehr nur daheim genutzt. Während der Hälfte der Zeit, in der Videoinhalte auf mobilen Endgeräten konsumiert werden, sind die Nutzer nicht zuhause. Der fortlaufende Ausbau der mobilen Breitbandnetze forciert diese Entwicklung."

Obwohl sich sowohl die Nutzungsgewohnheiten als auch die Ansprüche der TV-Konsumenten ändern, geben weltweit lediglich sieben Prozent aller Verbraucher an, weniger für den TV-Konsum ausgeben zu wollen. Tatsächlich würden - global betrachtet - die Fernsehzuschauer für ein besseres TV-Erlebnis sogar mehr zahlen: Immerhin 41 Prozent der befragten Personen wären bereit, für TV- und Videoinhalte in High Definition-Qualität auch Mehrkosten in Kauf zu nehmen.

Über die Hälfte aller Verbraucher möchte die TV- und Videoinhalte zudem selbst aussuchen können. Niklas Rönnblom: "In dem Maße, wie die Anzahl der geeigneten Endgeräte und verfügbaren Dienste steigt, suchen die Menschen nach Wegen, diese Vielfalt zu vereinheitlichen. Sie möchten auf Wunsch zwischen On Demand- und herkömmlichen TV- Angeboten wechseln können. Bedarf besteht auch nach verbesserten Möglichkeiten, Inhalte zu finden und TV-Angebote mit sozialen Medien zu verknüpfen - und zwar unabhängig von den verwendeten Endgeräten."

Die vom Ericsson ConsumerLab verarbeiteten Daten basieren auf einem weltweit angelegten Programm zur Verbraucherforschung. Jedes Jahr werden etwa 100.000 Menschen in 40 Ländern und 15 Millionenstädten befragt. So wird die Meinung von 1,1 Milliarden Menschen repräsentativ erfasst. Dabei kommen sowohl quantitative als auch qualitative Erfassungsmethoden zum Einsatz.

Die dem diesjährigen Report zugrunde liegenden Daten wurden in Brasilien, Chile, China, Deutschland, Großbritannien, Italien, Mexiko, Schweden, Spanien, Südkorea, Taiwan und den USA erhoben. Dazu wurden unter anderem 12.000 quantitative Online-Befragungen durchgeführt. Die erhobenen Daten sind repräsentativ für mehr als 460 Millionen TV- und Videonutzer.

### WEITERE INFORMATIONEN:

Den TV & Video Consumer Trend Report 2012 (engl.) des Ericsson ConsumerLab finden Sie unter:

<http://hugin.info/1061/R/1636526/525900.pdf>

Ericsson ist der weltweit führende Anbieter von Kommunikationstechnologien und Dienstleistungen. Wir ermöglichen die vernetzte Gesellschaft. Mit unseren effizienten Echtzeit-Lösungen können die Menschen selbstbestimmter leben, lernen und arbeiten - in nachhaltigen Gesellschaften auf der ganzen Welt.

Unser Angebot umfasst Dienstleistungen, Software und Infrastruktur auf dem Gebiet der Informations- und Telekommunikationstechnologie für Netzbetreiber und andere Unternehmen. Heute wird über 40 Prozent des Mobilfunkverkehrs über Netztechnik von Ericsson abgewickelt. Wir unterstützen Netzwerke von Kunden, die mehr als 2,5 Milliarden Teilnehmer weltweit versorgen.

Wir arbeiten in 180 Ländern und beschäftigen über 100.000 Mitarbeiter. Das Unternehmen wurde 1876 gegründet. Der Hauptsitz befindet sich in Stockholm, Schweden. Ericsson erwirtschaftete im Jahre 2011 einen Umsatz von 226,9 Milliarden SEK (35 Milliarden US- Dollar). Die Aktie von Ericsson ist an der NASDAQ OMX in Stockholm und an der NASDAQ in New York gelistet.

[www.ericsson.com](http://www.ericsson.com)

Kontakt:

Ericsson GmbH  
Leiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit Deutschland, Österreich und  
Schweiz  
Lars Bayer  
Tel.: +49/211/534-2692  
Mobile: +49/172/2175 211  
Fax: +49/211/534-1431  
E-Mail: [de.presse@ericsson.com](mailto:de.presse@ericsson.com)

vademecom ag  
pr und kommunikation Monika Bailer  
Tel.: +41/44/380'35'36  
Fax: +41/44/380'35'37  
E-Mail: [presse@vademecom.com](mailto:presse@vademecom.com)

Ericsson Corporate Public & Media Relations  
Phone: +46/10/719-69-92  
E-Mail: [media.relations@ericsson.com](mailto:media.relations@ericsson.com)

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100002583/100723824> abgerufen werden.