

Presseinformation

Soziale Netzwerke erweitern die Fernsehwelt

- **Jeder Fünfte diskutiert in Communities die laufende Sendung**
- **Mehr als 18 Millionen „Likes“ auf Facebook für deutsche TV-Sendungen**
- **Am 6. November findet der NewTV Summit in Berlin statt**

Berlin, 22. Oktober 2012

Soziale Netzwerke erweitern die traditionelle Fernsehwelt. Fast jeder fünfte Internetnutzer (18 Prozent) tauscht sich in Chats oder sozialen Netzwerken über seine aktuelle TV-Sendung aus. Insgesamt surfen sogar 77 Prozent im Web, während sie fernsehen. Das ergibt eine Studie von Goldmedia in Zusammenarbeit mit dem BITKOM. „Die Nutzung sozialer Netzwerke während des Fernsehens entwickelt sich zu einem Megatrend“, sagt BITKOM-Experte Michael Schidlack. „Fernsehen findet heute nicht mehr nur auf dem TV-Gerät statt“, beschreibt Schidlack. „In sozialen Netzwerken wird vor, während und nach der Sendung über das Programm diskutiert.“ Rund jeder zweite Internetnutzer (51 Prozent) verwendet hierfür einen Laptop. Auch stationäre Computer (35 Prozent) und Smartphones (21 Prozent) werden intensiv eingesetzt.

TV-Sendungen aus dem deutschen Fernsehen sind in sozialen Netzwerken besonders beliebt. Über 18 Millionen Mal haben Fans bei Facebook auf den „Gefällt mir“-Button von Fernsehsendungen geklickt. Den stärksten Zuspruch erfahren Soaps, Doku-Soaps und Casting-Shows. Auch Twitter wird stark genutzt. So verzeichnen die Twitter-Accounts deutscher Fernsehsender über 1,2 Millionen Follower.

Fernsehsender nutzen die sozialen Netzwerke für ihre Sendungen recht unterschiedlich. Für einige werden nur der nächste Ausstrahlungstermin oder die kommenden Themen angekündigt. Doku-Soaps führen dagegen die Geschichten aus der Sendung in den sozialen Netzwerken fort, etwa mit Statusmeldungen ihrer fiktiven Charaktere. Die Zuschauer nutzen die sozialen Netzwerke ihrerseits um direkt zu kommentieren und zu bewerten. Dies gilt vor allem bei

Bundesverband
Informationswirtschaft,
Telekommunikation und
neue Medien e.V.

Albrechtstraße 10 A
10117 Berlin
Tel. +49. 30. 27576-0
Fax +49. 30. 27576-400
bitkom@bitkom.org
www.bitkom.org

Ansprechpartner
Martin Puppe
Presse- und
Öffentlichkeitsarbeit
+49. 30. 27576-125
m.puppe@bitkom.org

Michael Schidlack
Bereichsleiter
Consumer Electronics &
Digital Home
+49.30.27576-232
m.schidlack@bitkom.org

Präsident
Prof. Dieter Kempf

Hauptgeschäftsführer
Dr. Bernhard Rohleder

Presseinformation

Soziale Netzwerke erweitern die Fernsehwelt

Seite 2

Unterhaltungssendungen wie Soaps und Casting-Shows. Zuschauer von Nachrichtensendungen hingegen teilen einzelne Meldungen häufig unkommentiert mit ihren Followern und Freunden.

Die Parallelnutzung von Fernsehen und Internet ist eines der zentralen Themen beim NewTV-Summit (www.newtv-summit.de). Die Veranstaltung findet am 6. November im Maritim Hotel Berlin statt. Dabei geht es außerdem um die aktuelle Verbreitung von vernetzten Geräten, Fernsehempfehlungen über soziale Netzwerke und die Regulierung von Web-TV.

Zur Methodik: Für die Angaben zur parallelen Nutzung von Internet und Fernsehen wurden 2.000 Internetnutzer ab 15 Jahren in Deutschland von Goldmedia befragt. Die Daten sind repräsentativ.

Der BITKOM vertritt mehr als 1.700 Unternehmen, davon über 1.200 Direktmitglieder mit 135 Milliarden Euro Umsatz und 700.000 Beschäftigten. Nahezu alle Global Player sowie 800 Mittelständler und zahlreiche gründergeführte Unternehmen werden durch BITKOM repräsentiert. Hierzu zählen Anbieter von Software & IT-Services, Telekommunikations- und Internetdiensten, Hersteller von Hardware und Consumer Electronics sowie Unternehmen der digitalen Medien.