



Fourscreen Touchpoints Kids

Mediennutzung im Tagesablauf

Cornelia Krebs
Leiterin
Werbewirkungsforschung
IP Deutschland / MG RTL

Anna Rynkowski
Projektleiterin
Forschung & Märkte
IP Deutschland / MG RTL

Mobile Tagebuchstudie

Single-Source-Erhebung zum Medienalltag

- Stichprobe: 8- bis 13-jährige Kinder
- Befragung via Smartphone-App
Feldzeit: 14. Januar - 03. März 2019
- Über 13.000 Momentaufnahmen
- Fallzahl: n=413

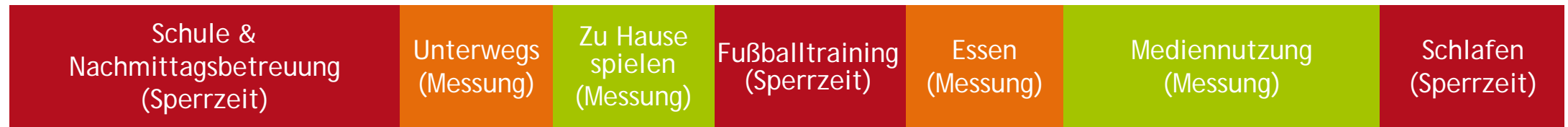


Der Alltag wird komplett erfasst

Methode der Studie

- 30-minütige Erhebungsfrequenz über 72 Stunden hinweg
- Berücksichtigung von Pausen (Schule, Freizeitaktivitäten, Schlafen etc.)
- detaillierte Abfrage der Aktivitäten in den freigegebenen Zeiten
- Plus: Informationen über die Sperrzeiten

Ø
Anzahl
Interviews
pro Kind
32



Das Set-up für die mobile Tagebuchstudie

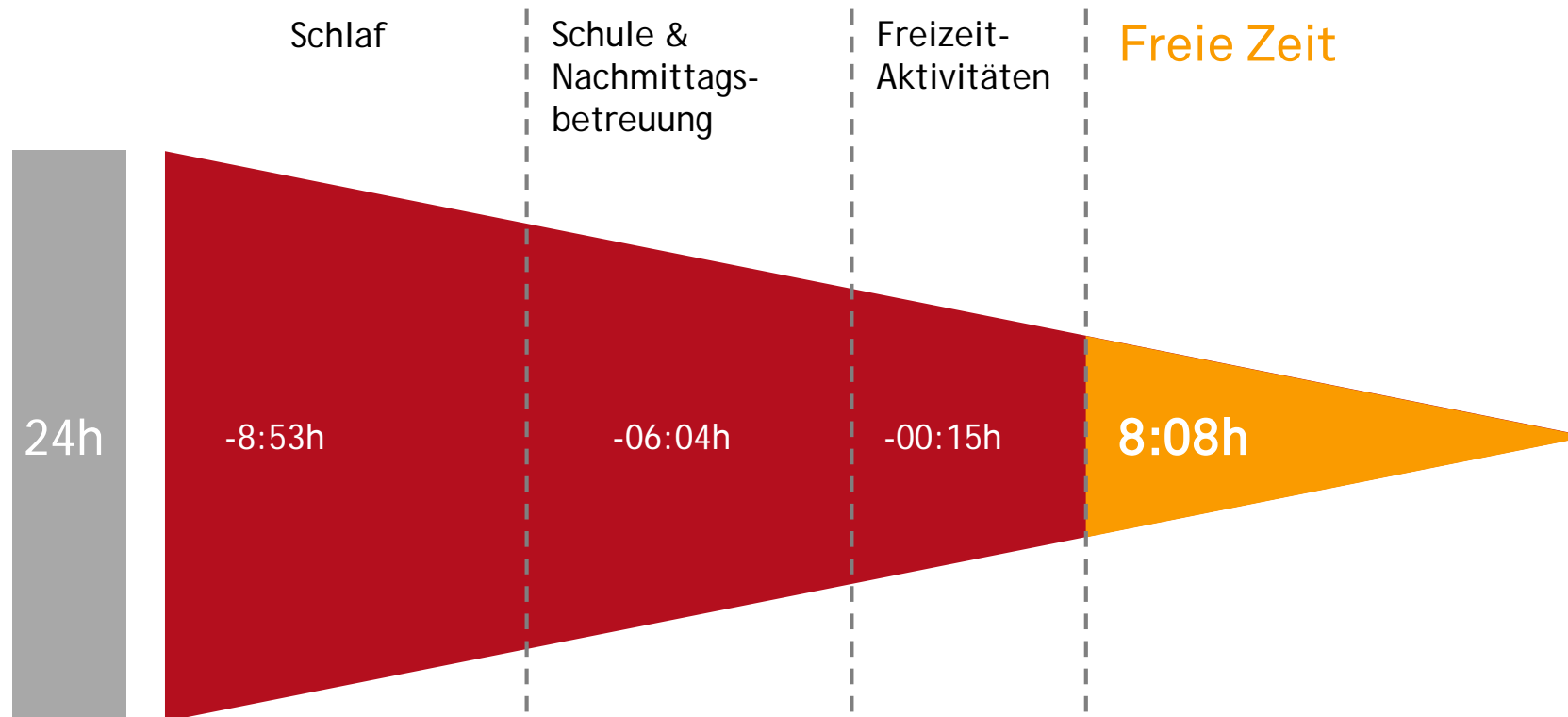


Einblick in die Befragung



Kinder haben im Durchschnitt 8 Stunden freie Zeit

Aktivitäten und Tätigkeiten Mo-Do, in Stunden



Quelle: Fourscreen Touchpoints Kids 2019, n=413 Kinder von 8 bis 13 Jahren, Frage: „Sag mir bitte für jeden einzelnen Wochentag, wann Du grundsätzlich ein Smartphone nutzen darfst und wann nicht. Bitte nenne mir auch den Grund für die Sperrzeit.“

Samstags haben die Kinder am meisten freie Zeit

Aktivitäten und Tätigkeiten

Freie Zeit in Stunden

Gebundene Ganztagschule*
(20%)



Offene Ganztagschule**
(48%)



Halbtagschule***
(32%)



Freitag



Samstag



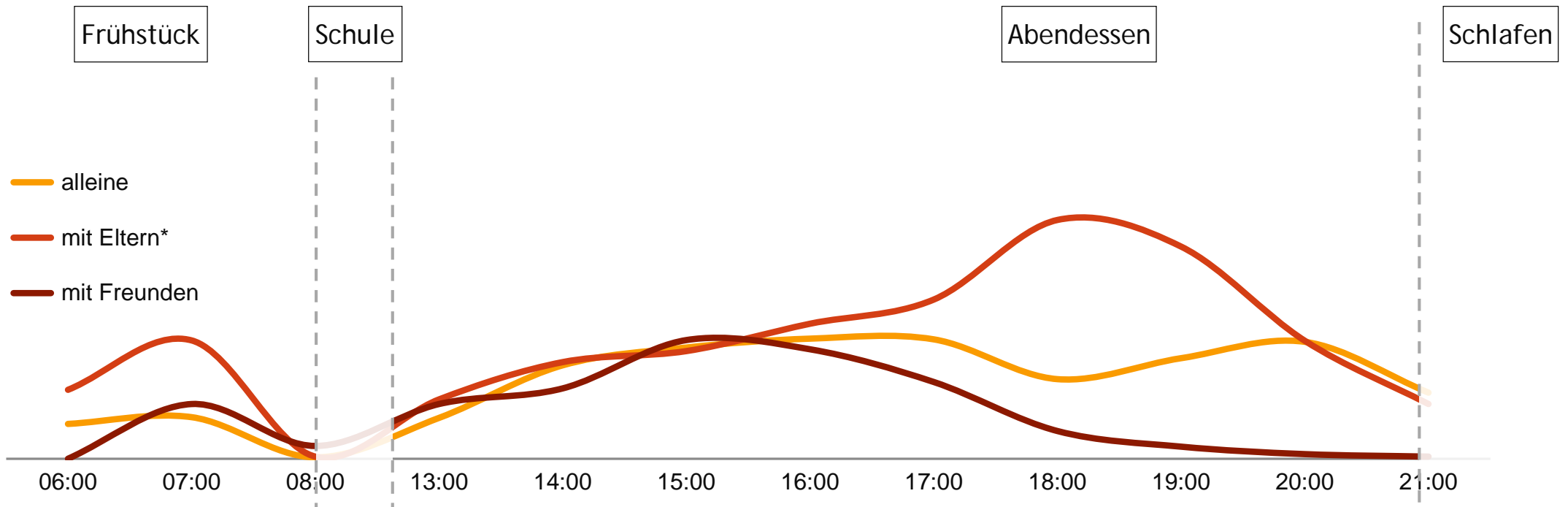
Sonntag



Quelle: Fourscreen Touchpoints Kids 2019, n=413 Kinder von 8 bis 13 Jahren, Fragen: „Sag mir bitte für jeden einzelnen Wochentag, wann Du grundsätzlich ein Smartphone nutzen darfst und wann nicht. Bitte nenn mir auch den Grund für die Sperrzeit.“; „Und um welche Schulform handelt es sich bei der Schule, die Ihr Kind besucht?“ / *verpflichtende Teilnahme am Ganztagsangebot **ohne Teilnahmepflicht am Nachmittagsangebot *** ohne Mittagessen, ohne (Haus-)Aufgabenhilfe oder Betreuung außerhalb der Lektionen

Abendzeit ist Familienzeit


Montag bis Freitag, in Kontakten absolut




Quelle: Fourscreen Touchpoints Kids 2019, n= 413 Kinder von 8 bis 13 Jahren, Fragen: „Bist Du gerade mit jemandem zusammen?“; „Mit wem bist Du gerade zusammen?“/*mit Mutter und/oder Vater zusammen

Drei Kinder - ein Tag

JULIA, 8 JAHRE

12:30	Schulschluss
13:00	Isst gemeinsam mit ihrer Mutter zu Mittag in der Küche
13:30	Schaut alleine ein Zeichentrick im linearen TV
14:00	Ist alleine zu Fuß unterwegs
14:30	Ist beim Musikunterricht 
↓	
15:30	Ist alleine zu Fuß zu einer Freundin unterwegs
16:00	Spielt zusammen mit ihrer Freundin ein Gemeinschaftsspiel
↓	
17:00	Ist zusammen mit ihrer Mutter im Auto unterwegs und unterhält sich
17:30	Isst gemeinsam mit ihren Eltern zu Abendbrot in der Küche
18:00	Schaut gemeinsam mit ihren Eltern eine Wissenssendung im linearen TV
↓	
19:00	Liest alleine ein Buch in ihrem Zimmer

BEN, 10 JAHRE

14:00	Schulschluss
14:30	Isst alleine zu Mittag in der Küche
15:00	Schaut alleine ein Sport-Video bei YouTube
15:30	Ist zusammen mit seiner Mutter im Auto unterwegs und spielt Spielekonsole
16:00	Ist beim Fußball-Training 
↓	
18:00	Ist zusammen mit seiner Mutter im Auto unterwegs und liest einen Comic
18:30	Macht alleine seine Hausaufgaben in seinem Zimmer
19:00	Isst gemeinsam mit seiner Mutter Abendbrot im Wohnzimmer
19:30	Schaut alleine einen aufgenommen Film aus dem linearen Fernsehen
↓	
20:30	Schreibt auf seinem Smartphone via WhatsApp mit einem Freund

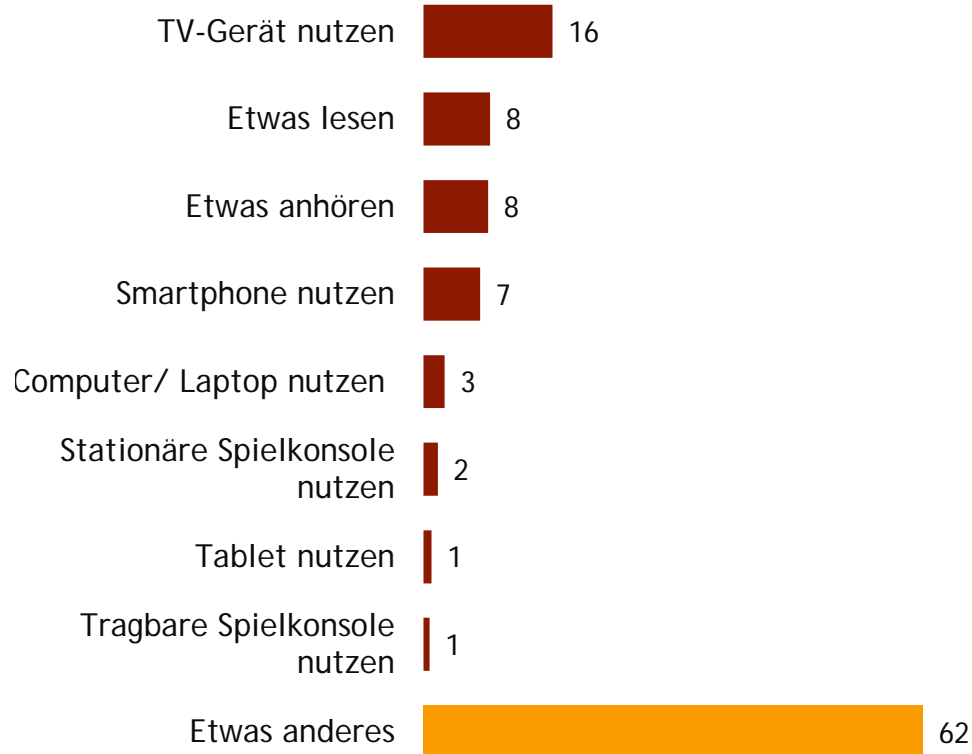
SOPHIE, 12 JAHRE

14:30	Schulschluss
15:00	Ist alleine mit dem Bus unterwegs und nutzt Instagram auf ihrem Smartphone
15:30	Ist mit ihrer Freundin gemeinsam am Bummeln in der Innenstadt und schreibt via WhatsApp mit ihrer Freundin
↓	
16:30	Isst gemeinsam mit ihrer Freundin eine Kleinigkeit in einem Imbiss
↓	
18:00	Ist alleine zu Fuß unterwegs und hört gespeicherte Musik auf ihrem Smartphone
18:30	Macht alleine ihre Hausaufgaben im Wohnzimmer
19:00	Isst gemeinsam mit ihren Eltern Abendbrot im Esszimmer
19:30	Schaut alleine eine Serie im linearen Fernsehen
20:00	Schaut alleine eine Serie im linearen Fernsehen und nutzt Instagram auf ihrem Smartphone
20:30	Schaut gemeinsam mit ihrer Mutter einen Spielfilm bei Netflix

Der Kinderalltag ist vielfältig

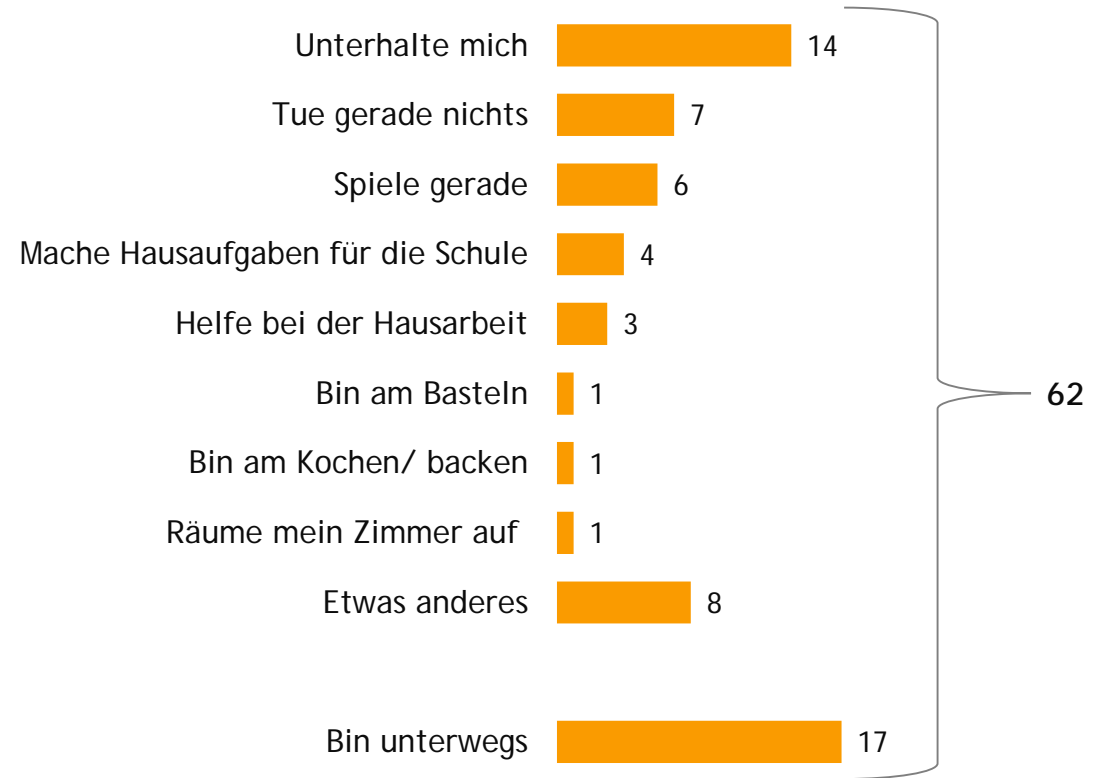
Mediale Tätigkeiten

Mehrfachkontakte, in % der Kontakte



Sonstige Tätigkeiten

Einfachkontakte, in % der Kontakte

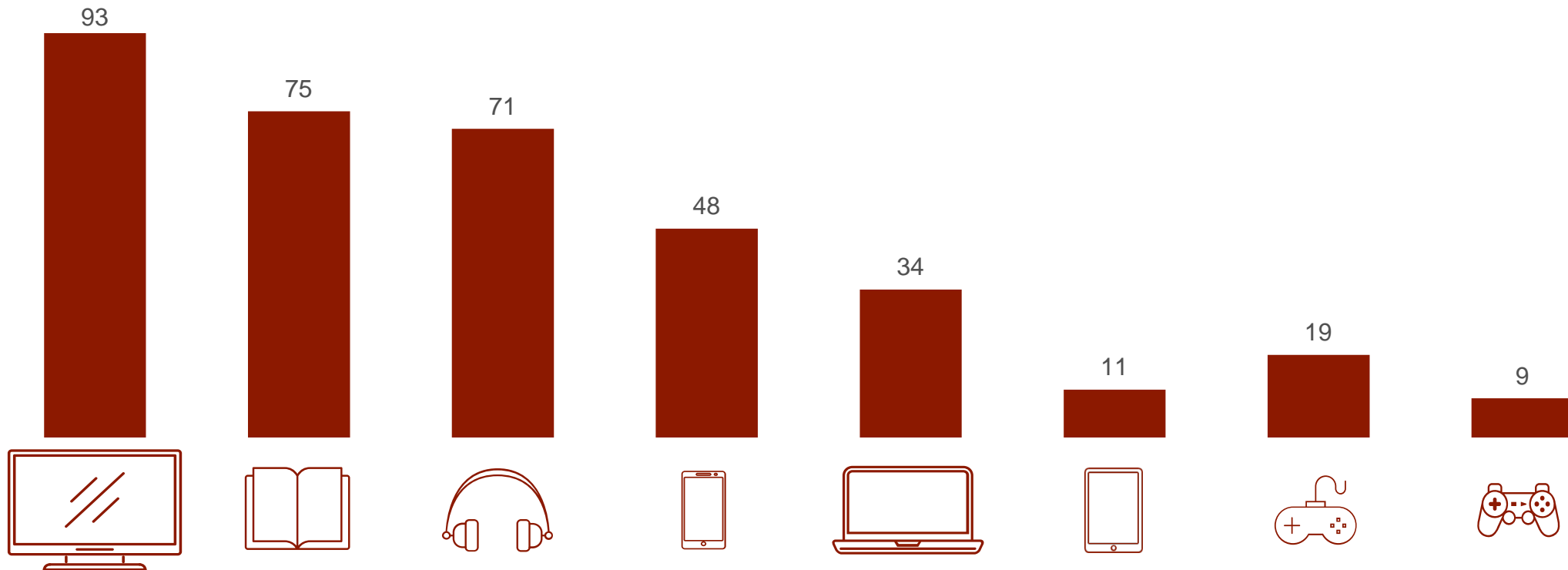


Nettoreichweite
Devices



Der TV-Screen wird am meisten genutzt

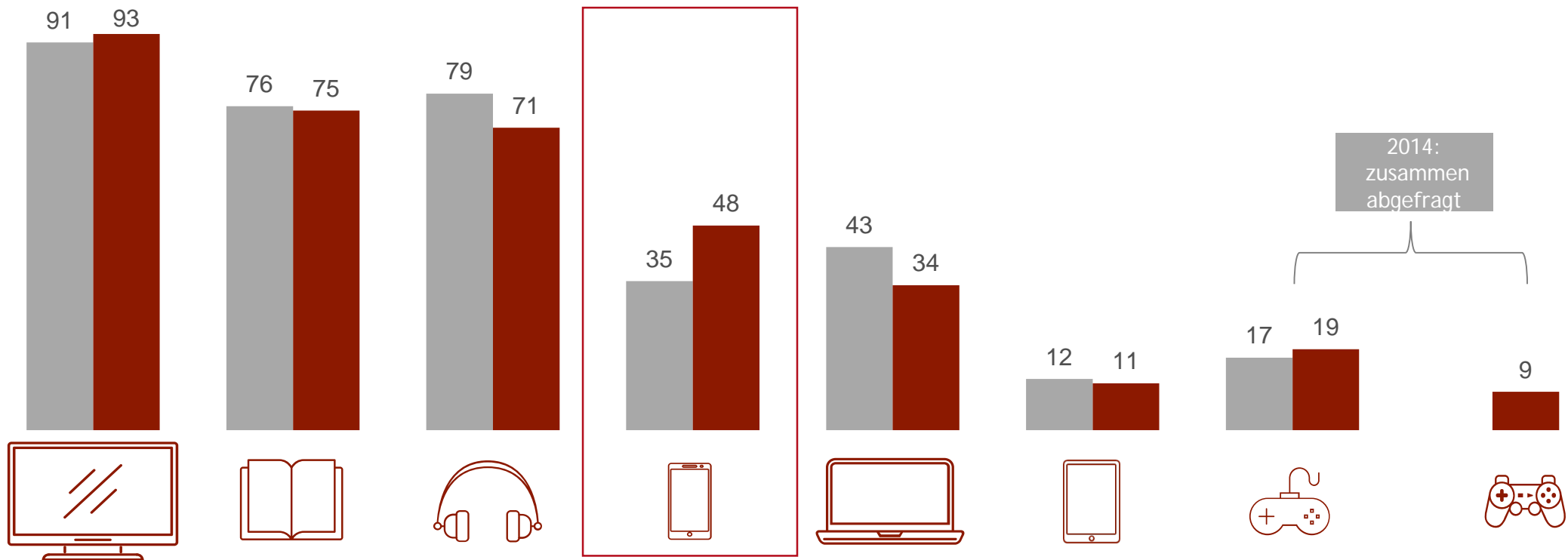
Nettoreichweite Geräte (3 Tage) in %



Die Smartphone-Nutzung ist angestiegen

Nettoreichweite Geräte (3 Tage) in %

■ 2014 ■ 2019



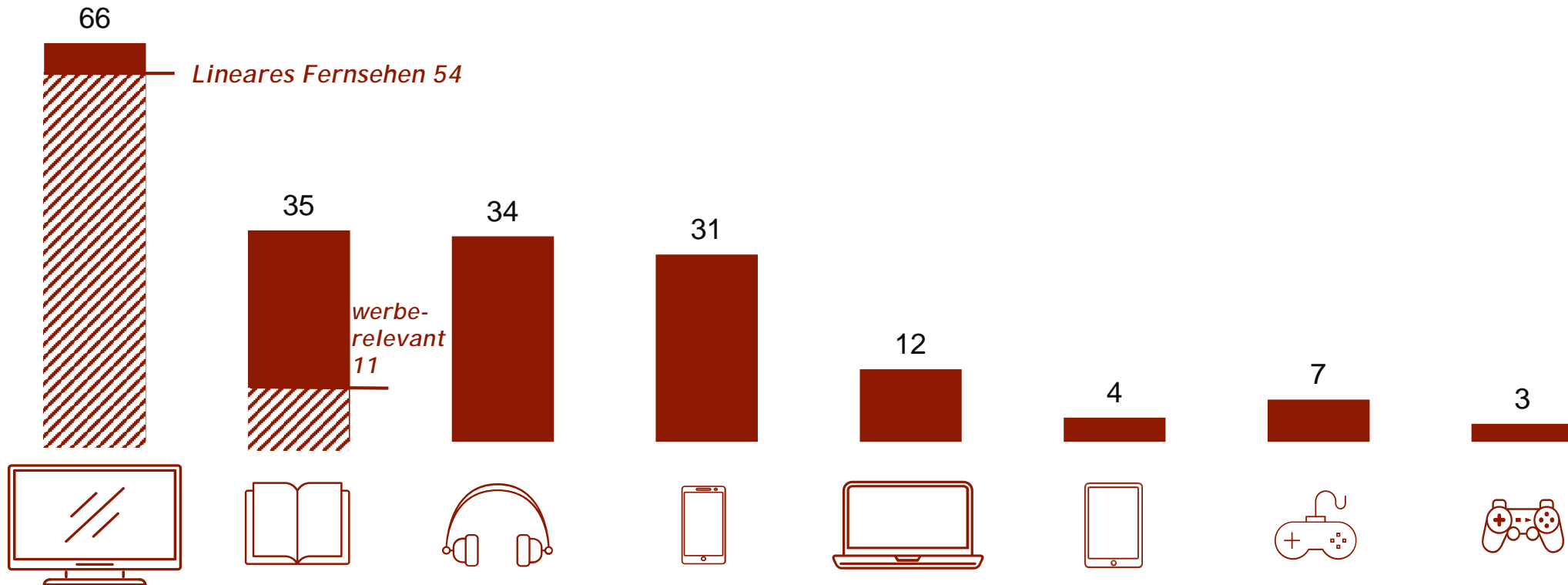


Medienbudget

Mehr als eine Stunde TV-Screen pro Tag



Ø pro Tag in Minuten



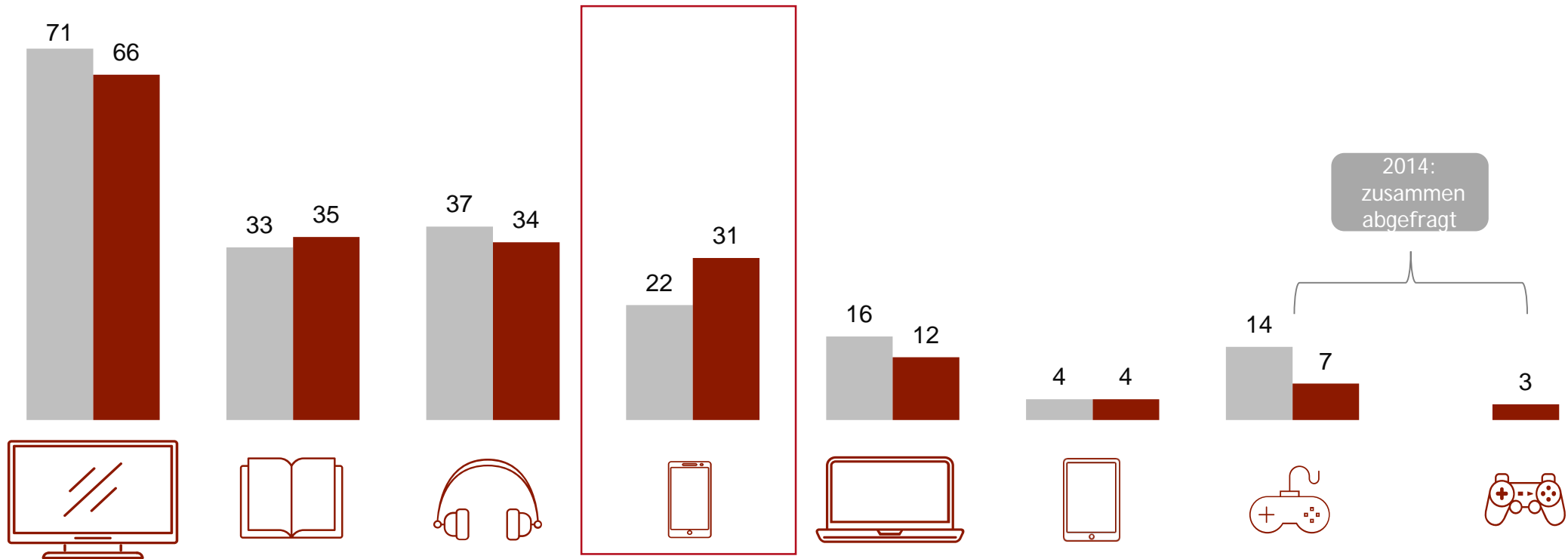
Quelle: Fourscreen Touchpoints Kids 2019, n=413 Kinder von 8 bis 13 Jahren, Frage: „Was machst Du gerade?“ /*AGF/GfK, videoSCOPE 1.1, Marktstandard: TV, MG RTL D, 01.01.-28.02.2019
TV-Gesamt, 06:00-22:00 Uhr, Mo-So,

Am Smartphone wird immer mehr Zeit verbracht



Ø pro Tag in Minuten

■ 2014 ■ 2019

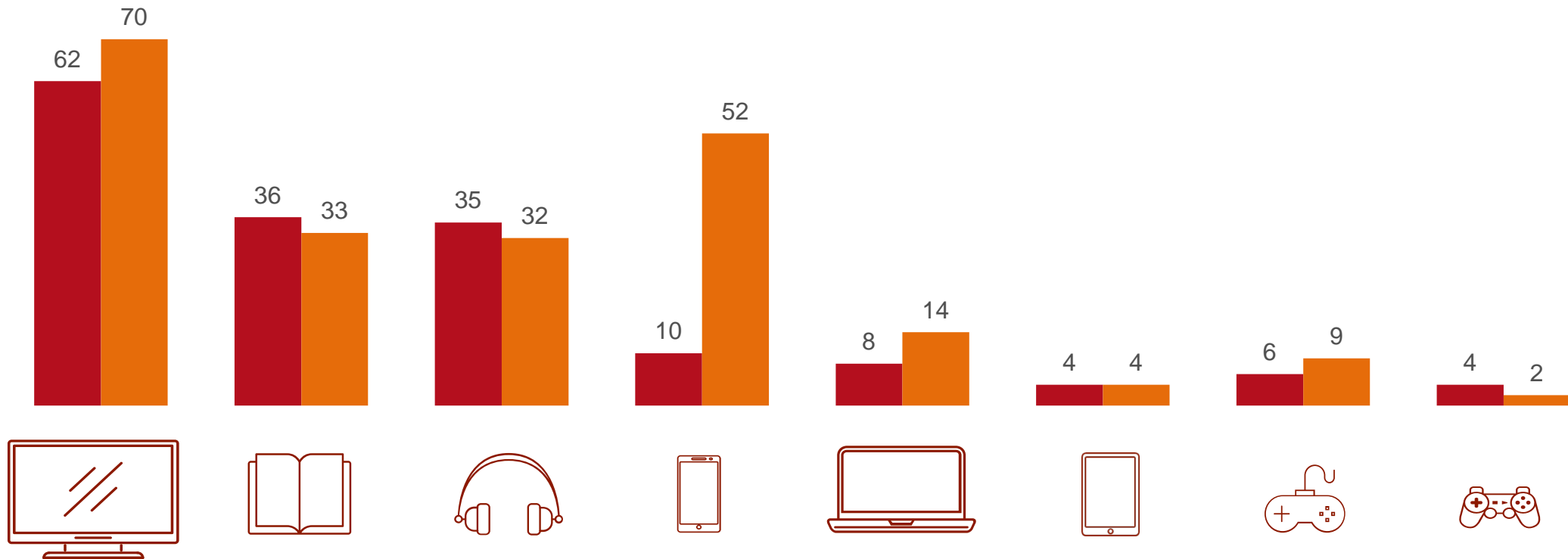


Insbesondere ältere Kinder lieben ihr Smartphone



Ø pro Tag in Minuten

■ 8-10 Jahre ■ 11-13 Jahre

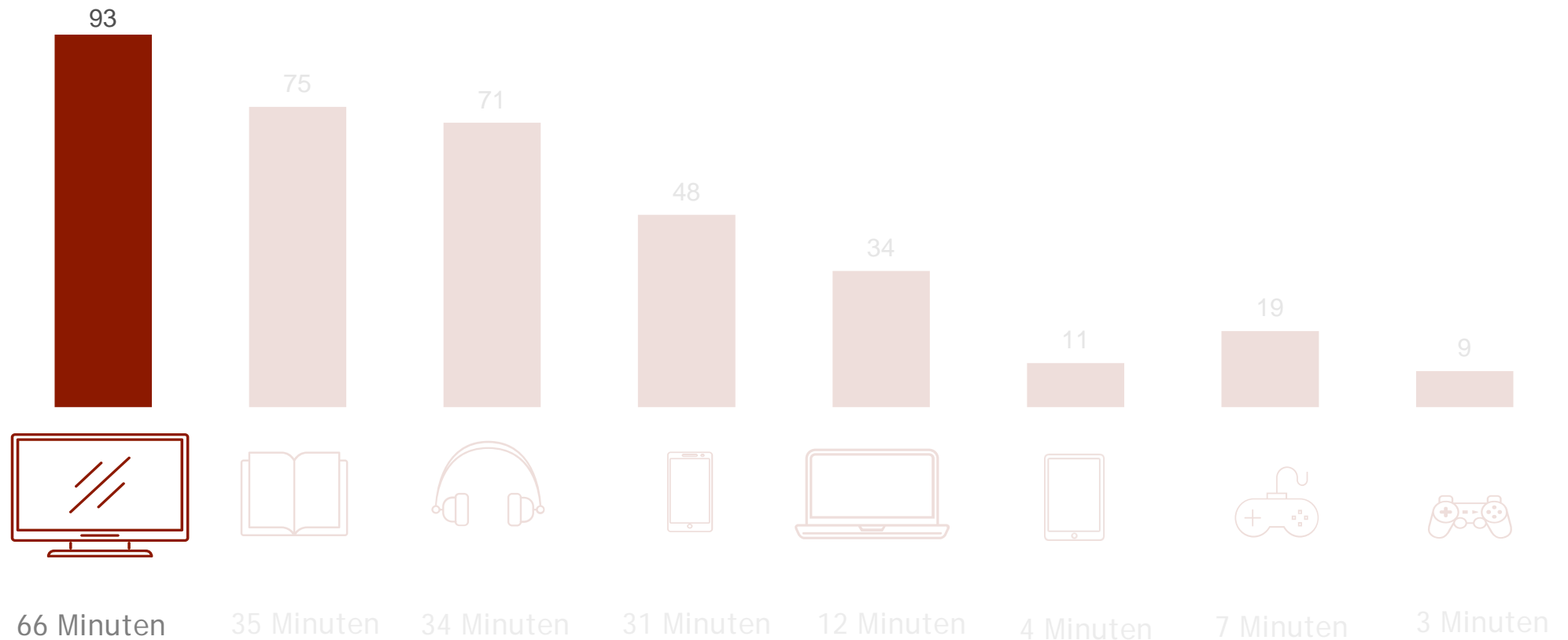




Aktivitäten auf den Devices

Die Multimedia-Generation

Nettoreichweite (3 Tage) in % & Medienbudget Geräte Ø pro Tag in Minuten

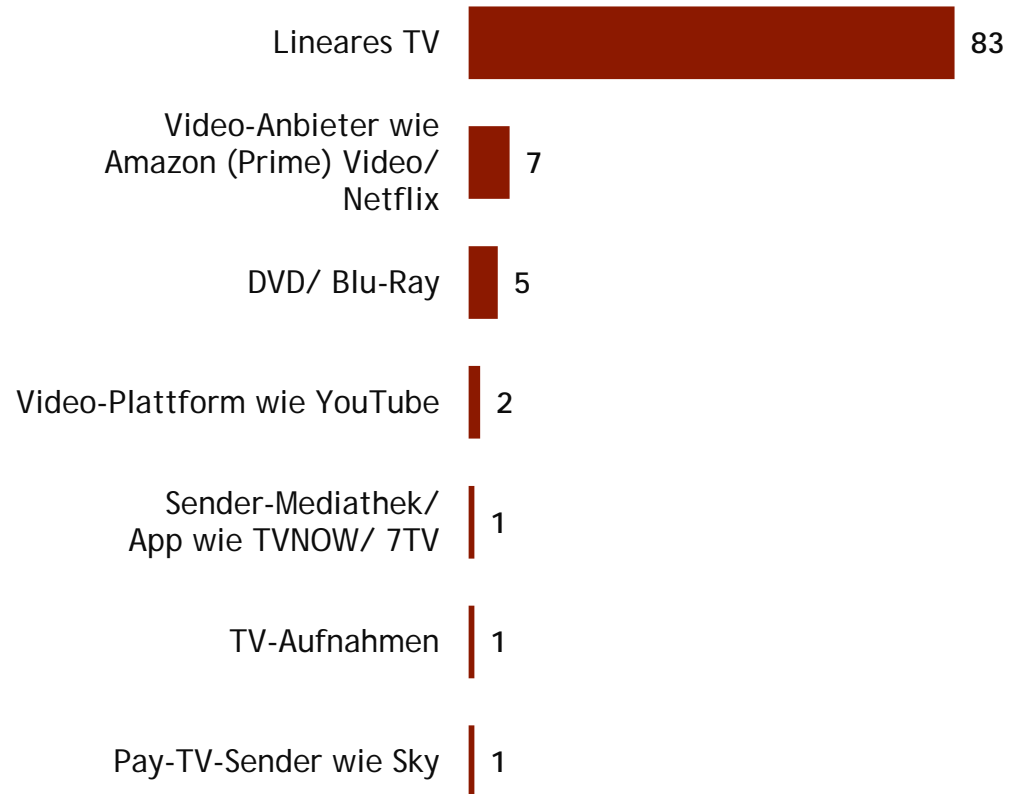


Auf dem Big-Screen wird am liebsten linear geschaut

Aktivitäten am TV-Gerät

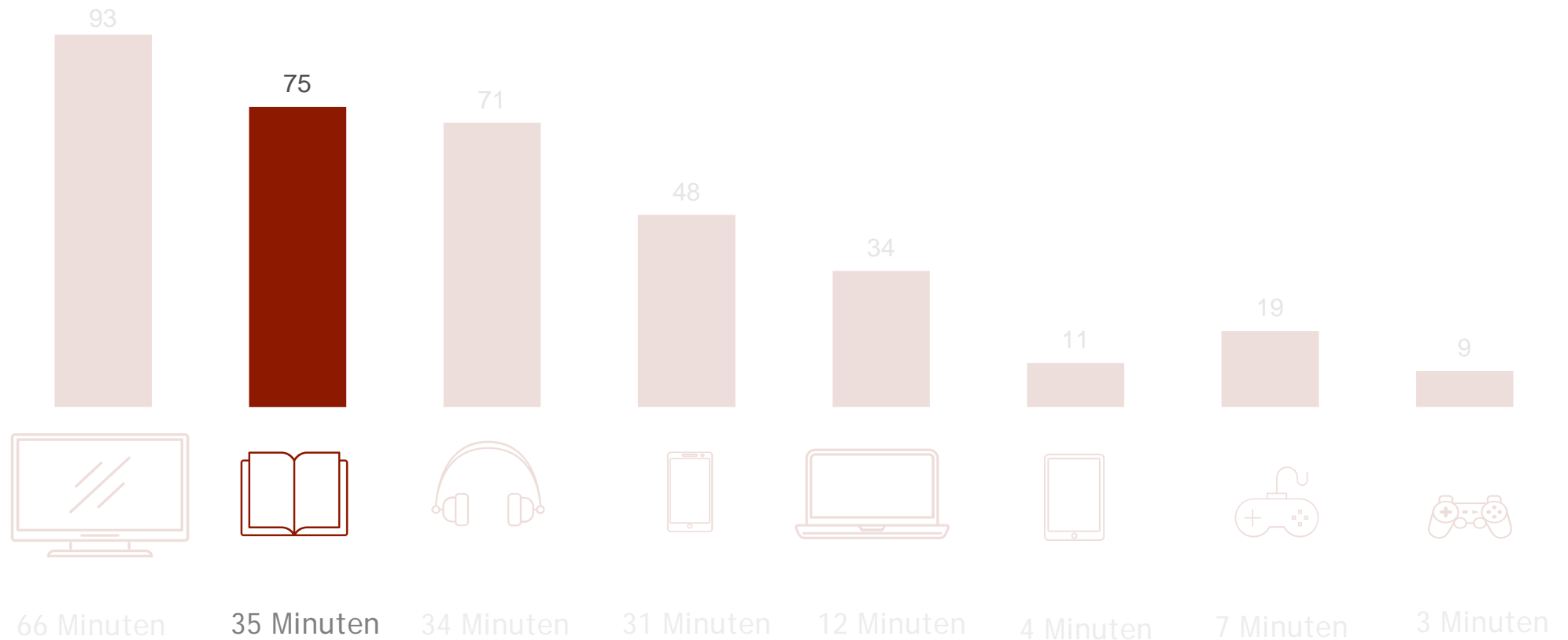


in % der Kontakte



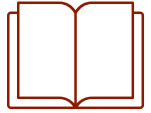
Die Multimedia-Generation

Nettoreichweite (3 Tage) in % & Medienbudget Geräte Ø pro Tag in Minuten

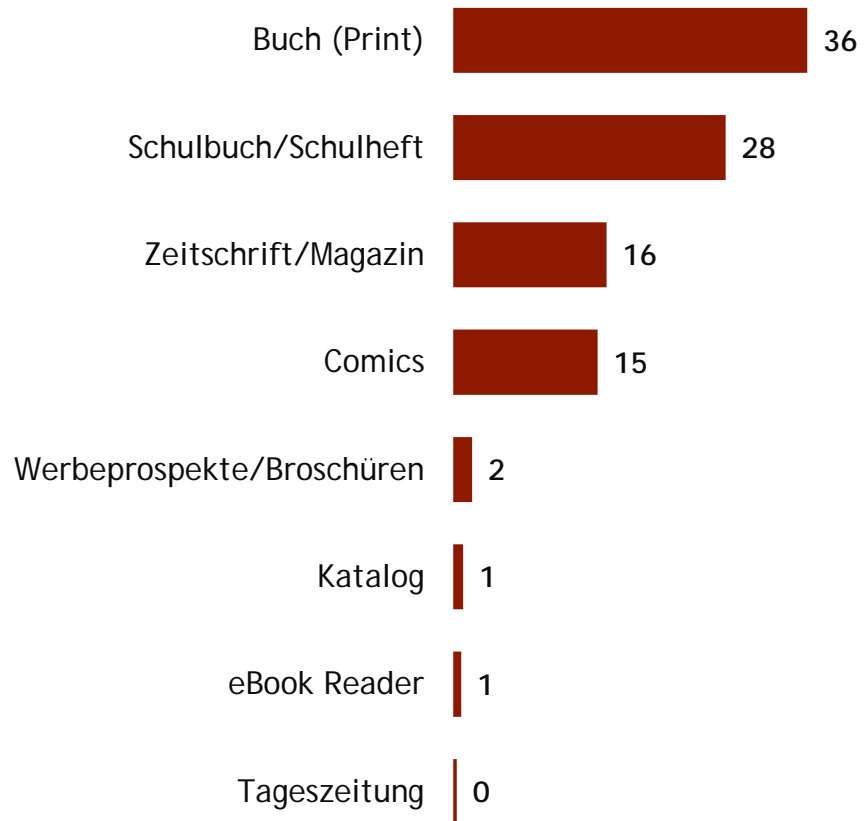


Gedruckte Bücher haben immer noch ihren Stellenwert

Leseaktivitäten

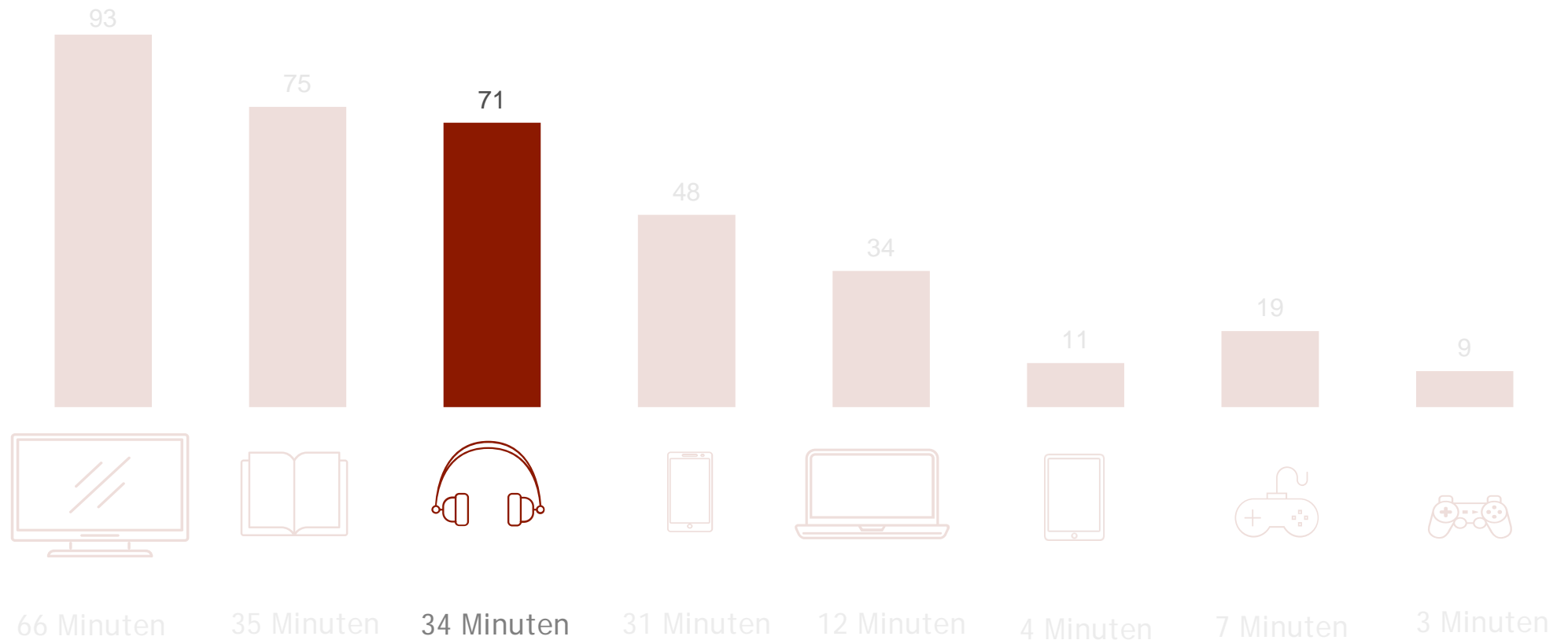


in % der Kontakte



Die Multimedia-Generation

Nettoreichweite (3 Tage) in % & Medienbudget Geräte Ø pro Tag in Minuten



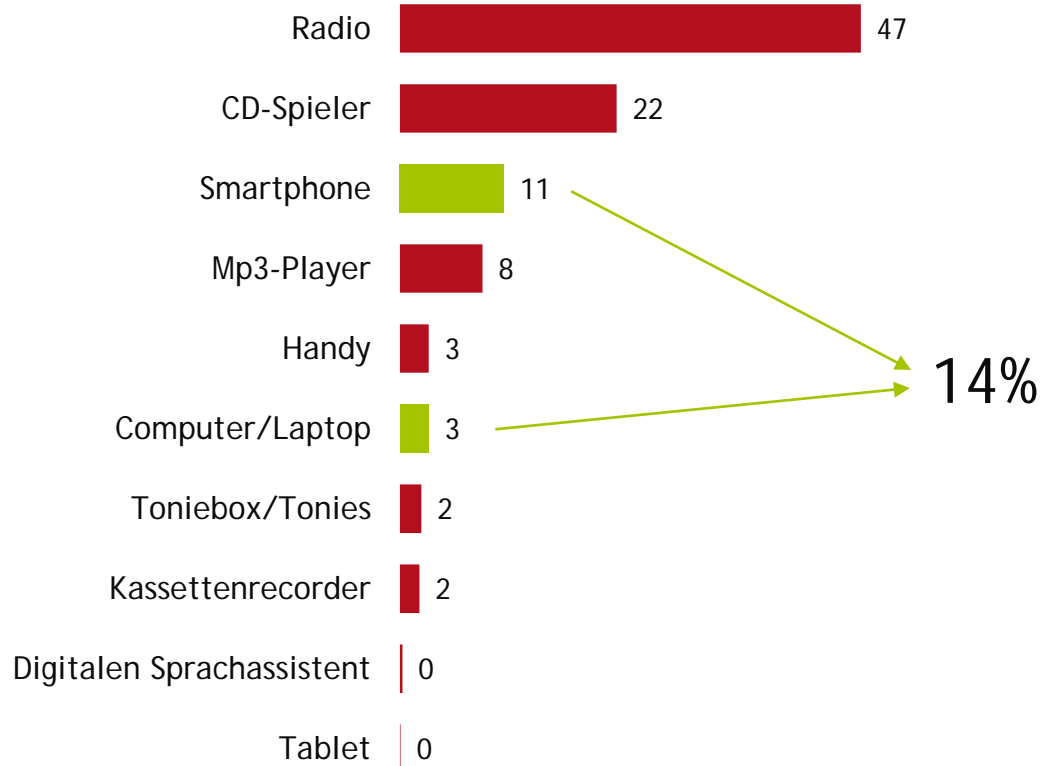
Kinder lieben Musik

Höraktivitäten

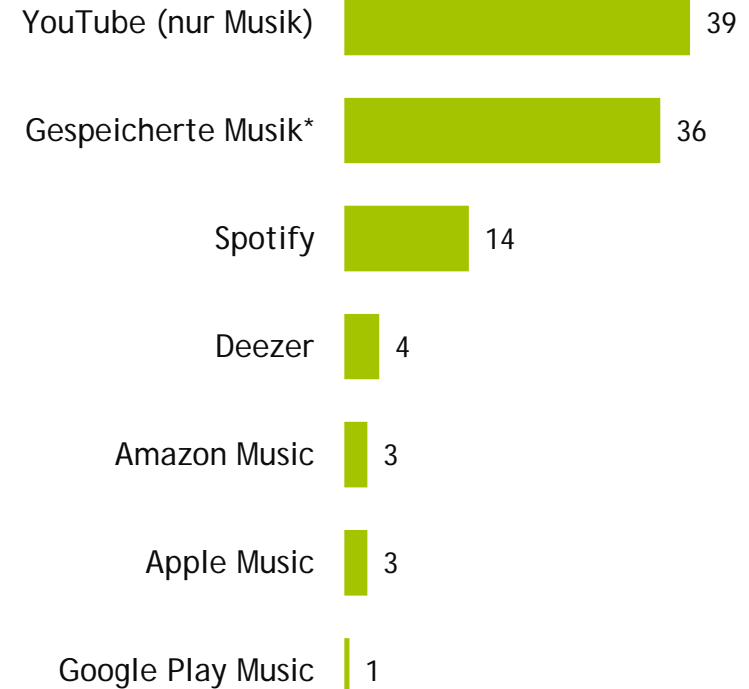


in % der Kontakte

DEVICES

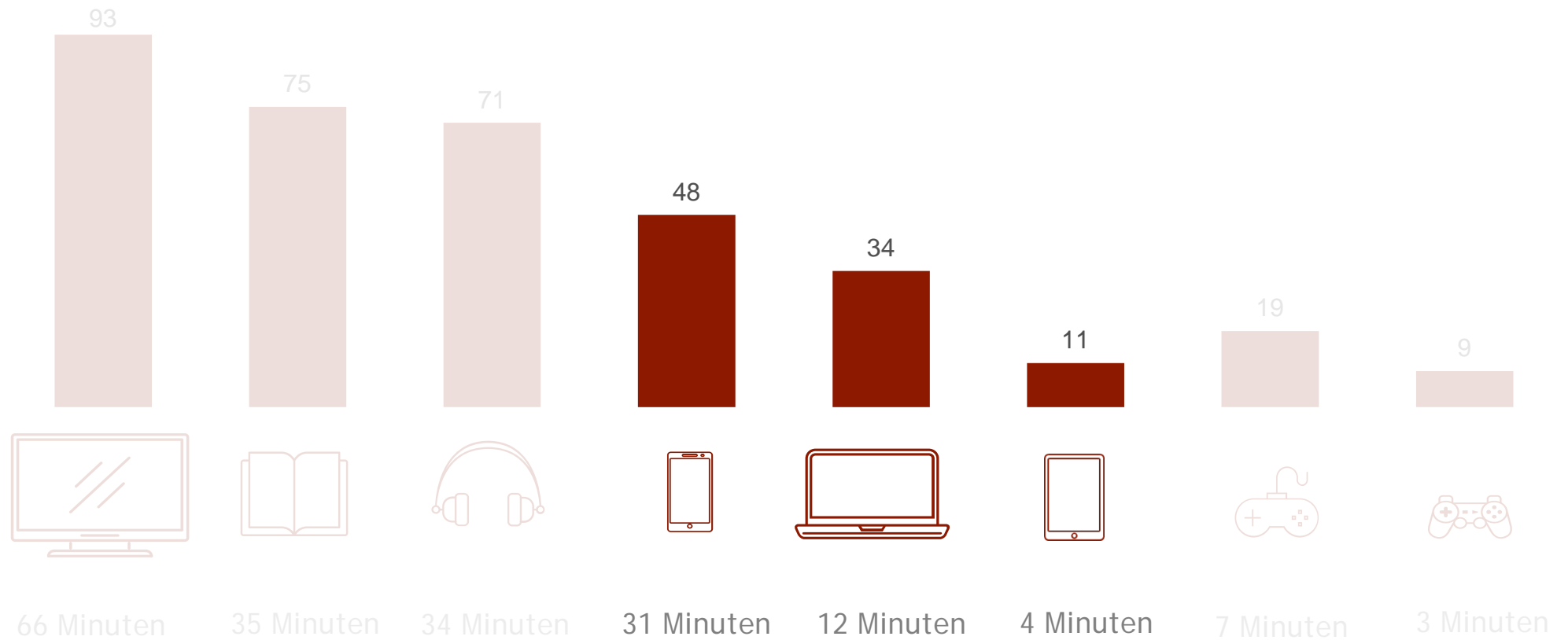


ANGEBOT



Die Multimedia-Generation

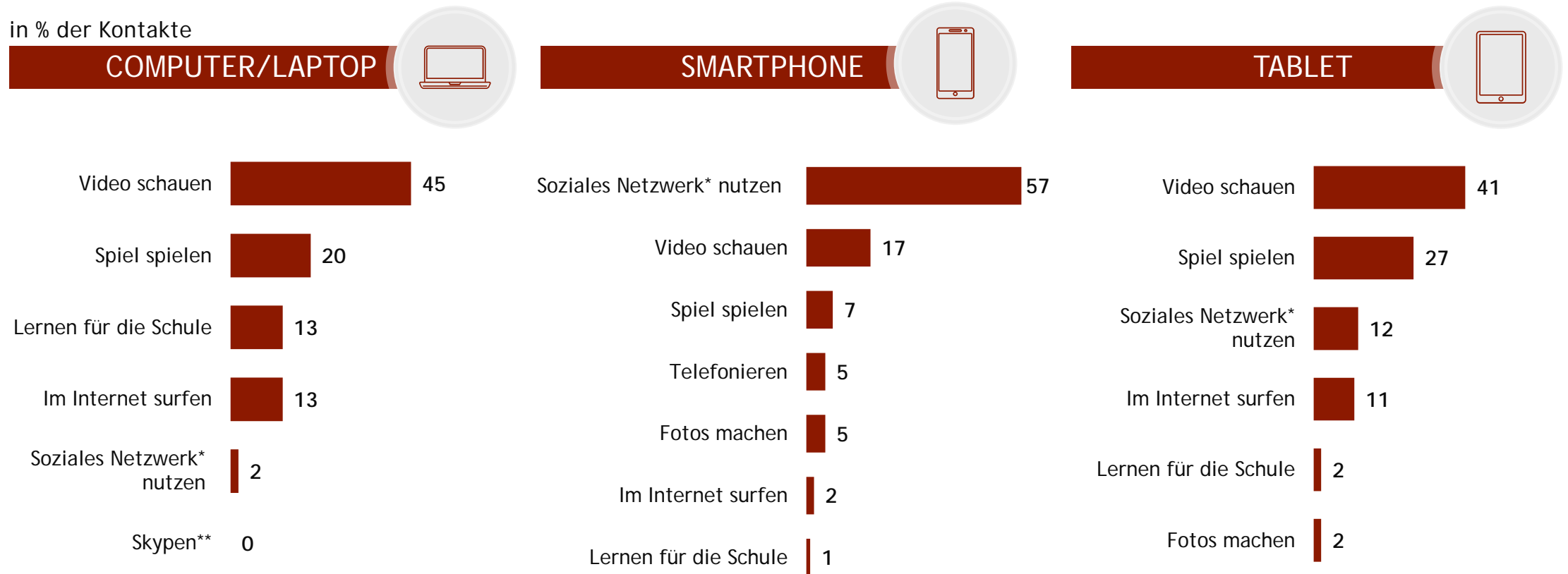
Nettoreichweite (3 Tage) in % & Medienbudget Geräte Ø pro Tag in Minuten



Videos werden gern auf allen Screens geschaut

Aktivitäten am Computer/Laptop, Smartphone und Tablet

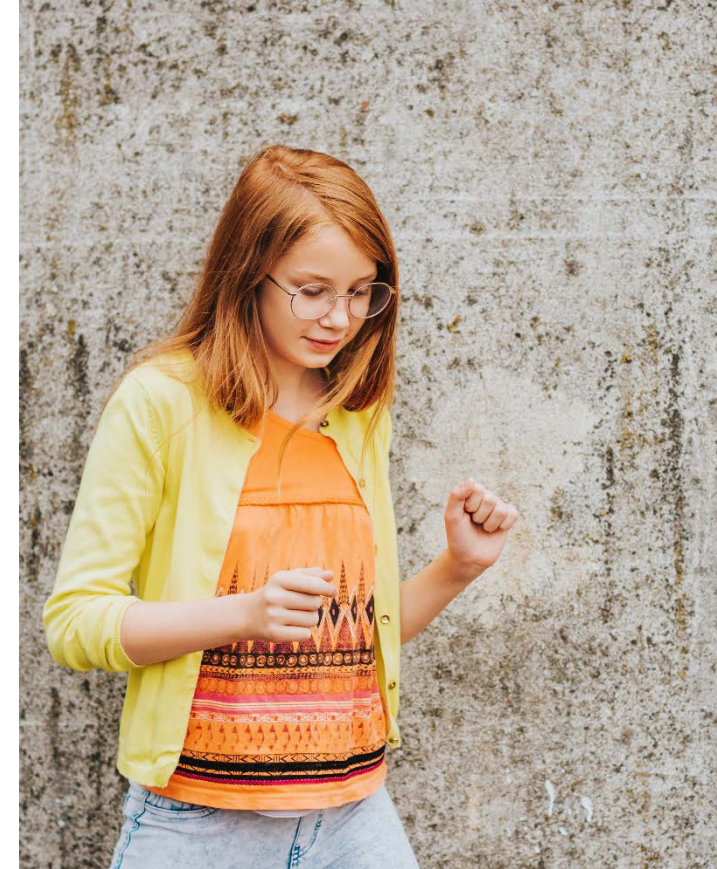
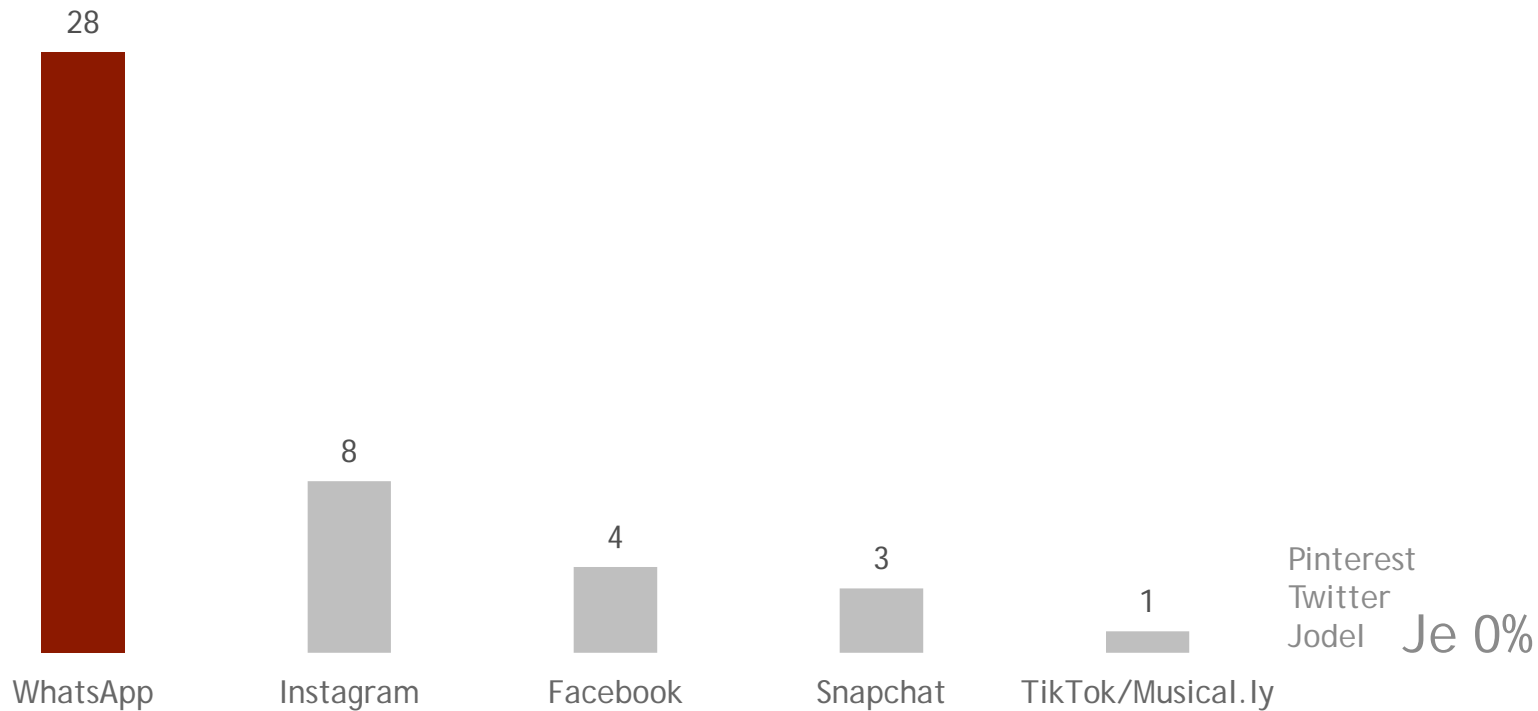
in % der Kontakte



Quelle: Fourscreen Touchpoints Kids 2019, n=413 Kinder von 8 bis 13 Jahren, Basis: Computer / Laptop / Smartphone / Tablet-Kontakte, Frage: „Was machst Du gerade am Computer/Laptop/Smartphone/Tablet?“ / *oder Messenger / **oder Telefonieren

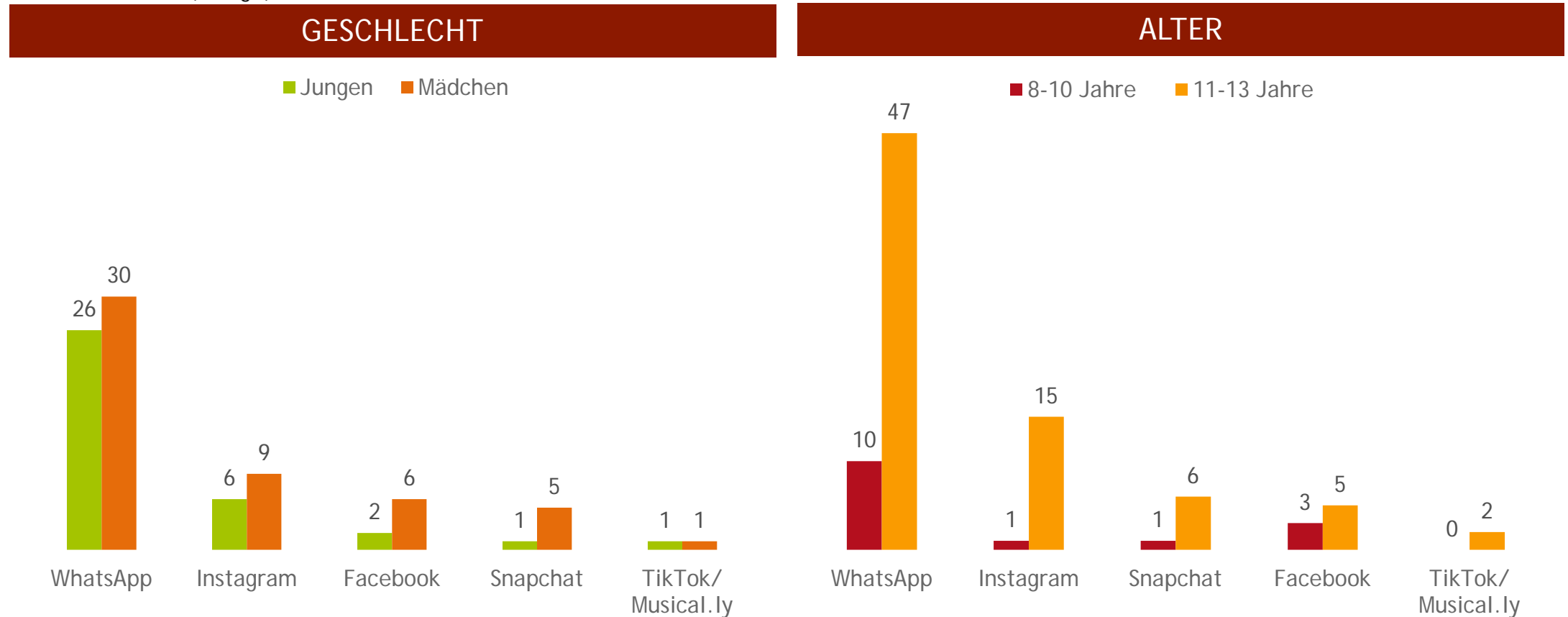
Social Media spielt noch eine untergeordnete Rolle

Nettoreichweite (3 Tage) in %



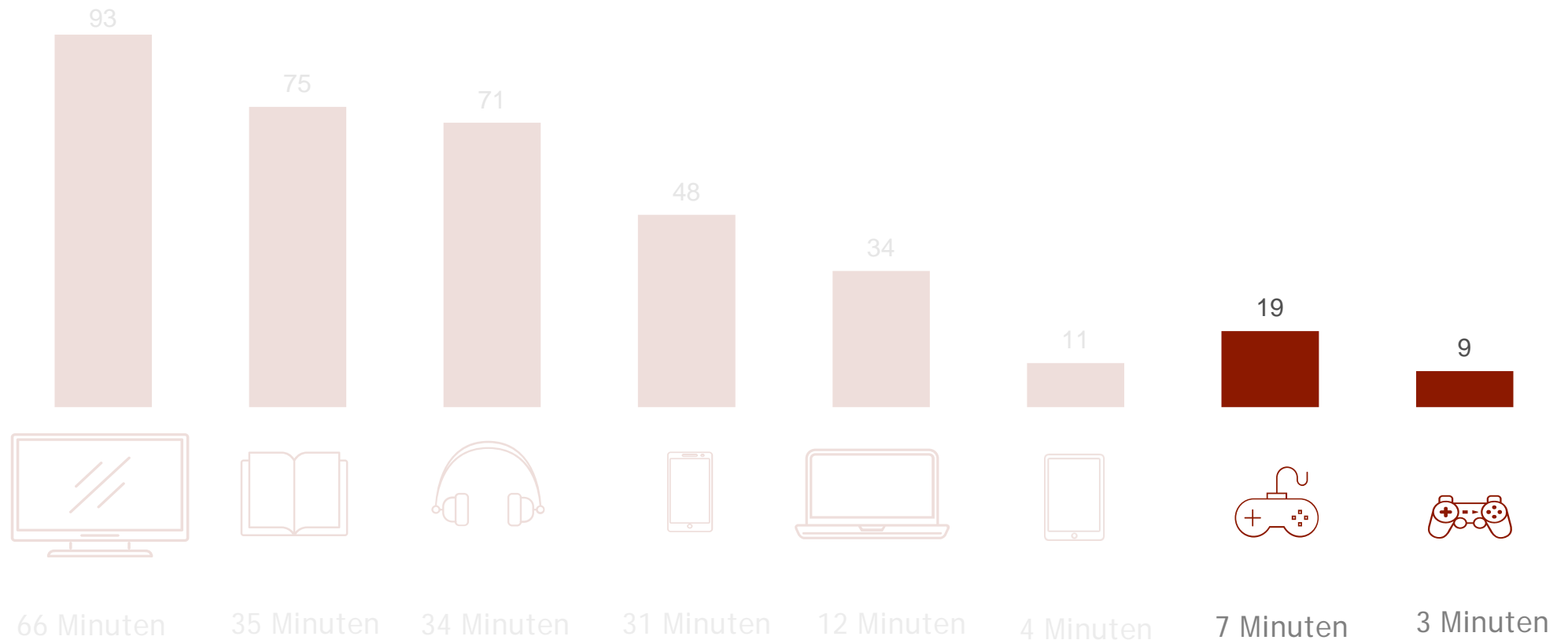
Mädchen sind affiner für Social Media-Angebote

Nettoreichweite (3 Tage) in %



Die Multimedia-Generation

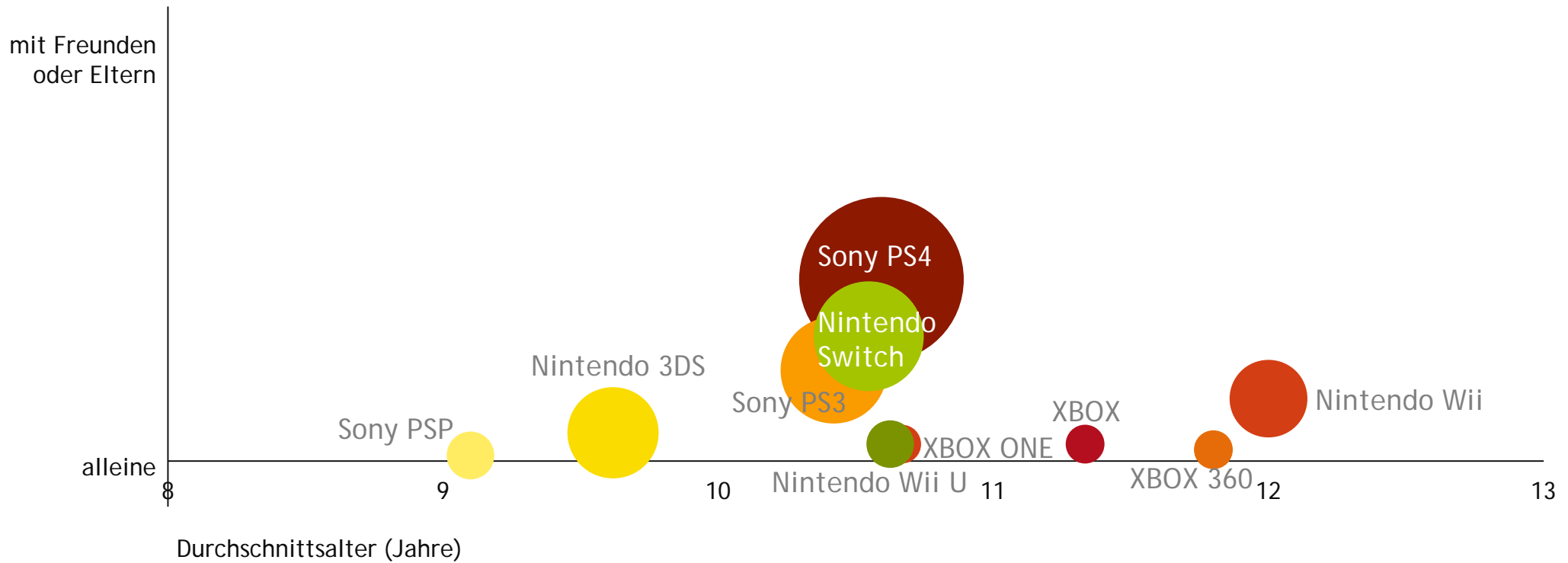
Nettoreichweite (3 Tage) in % & Medienbudget Geräte Ø pro Tag in Minuten



Spielekonsolen werden einsam genutzt

Nutzungskonstellation Spielekonsolen

in %





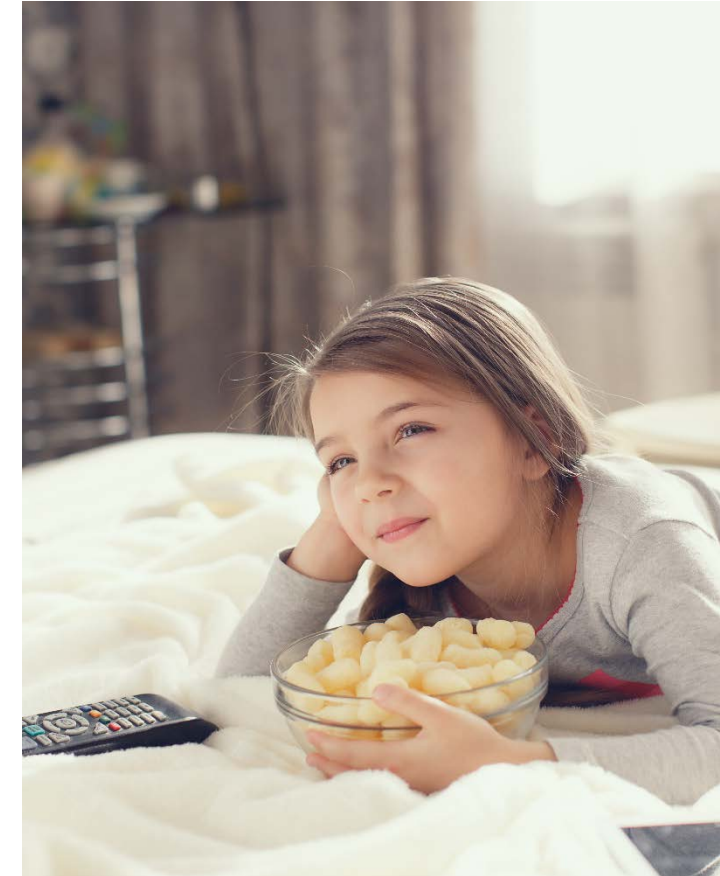
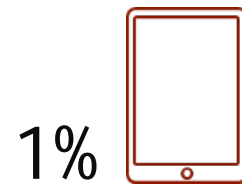
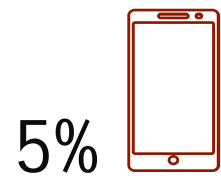
Parallelnutzung

Kinder schauen am liebsten TV exklusiv

in % der Kontakte



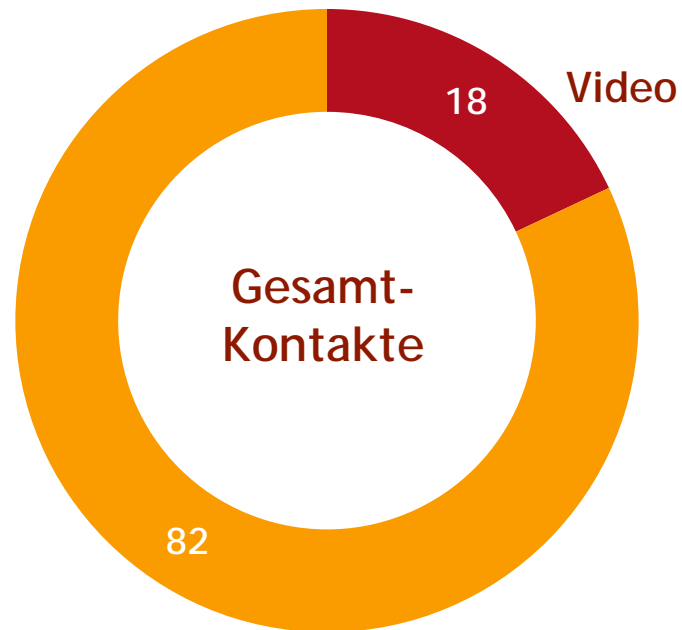
Parallelnutzung mit ...



Videokonsum

Jeder fünfte Kontakt ist ein Video-Kontakt

Video-Anteil an Gesamt-Kontakten in %



Mädchen
20%

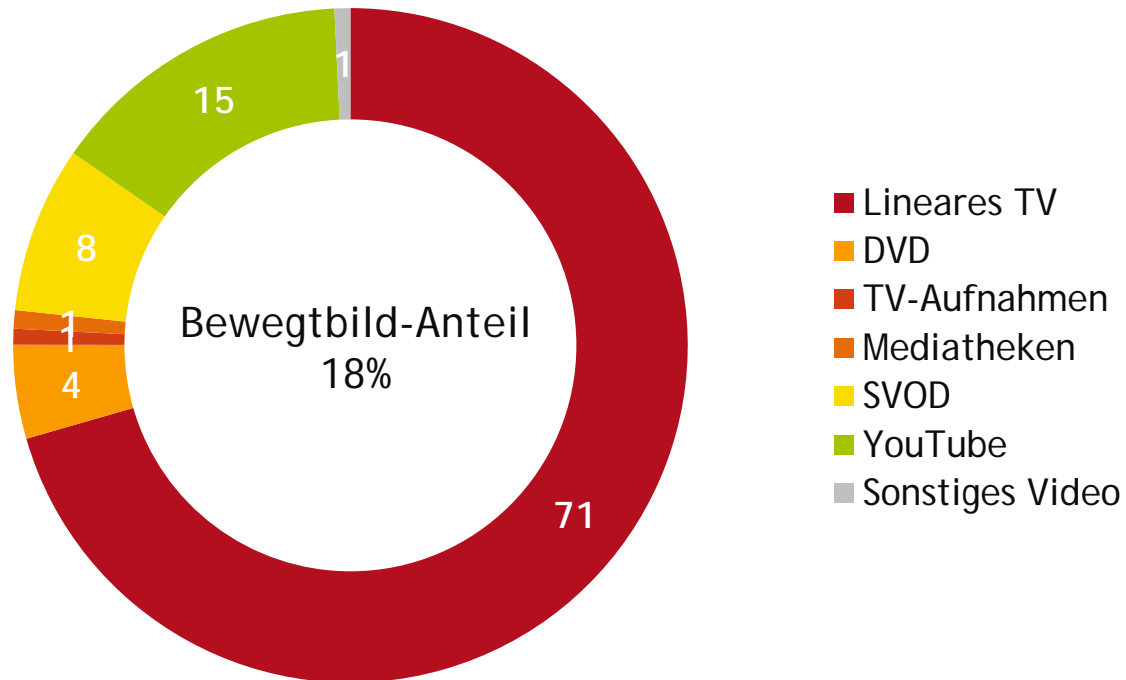
Jungen
17%

8-10
Jahre
17%

11-13
Jahre
20%

Zwei Drittel der Video-Kontakte entfällt auf lineares TV

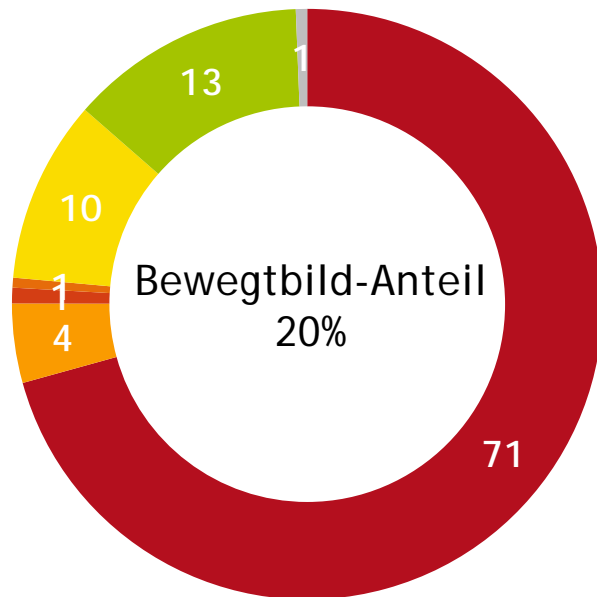
Videokonsum in % (100 = alle Video-Kontakte)



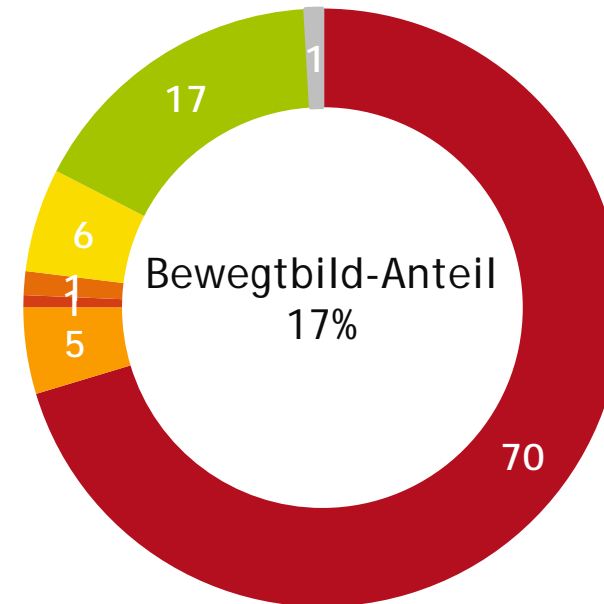
Mädchen schauen mehr SVOD, Jungs mehr YouTube

Videokonsum in % (100 = alle Video-Kontakte)

Mädchen



Jungen

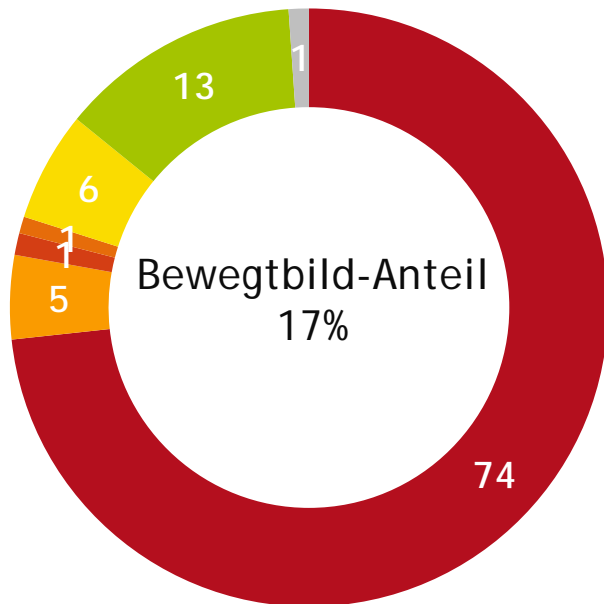


- Lineares TV
- DVD
- TV-Aufnahmen
- Mediatheken
- SVOD
- YouTube
- Sonstiges Video

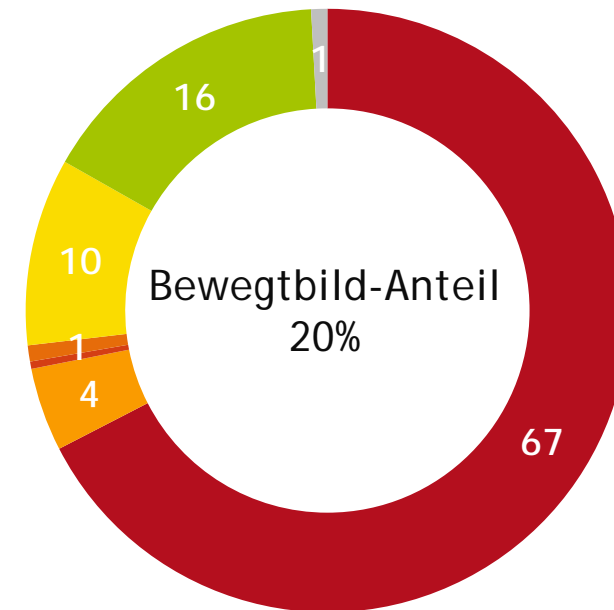
Mit dem Alter steigt die non-lineare Nutzung

Videokonsum in % (100 = alle Video-Kontakte)

8-10 Jahre



11-13 Jahre

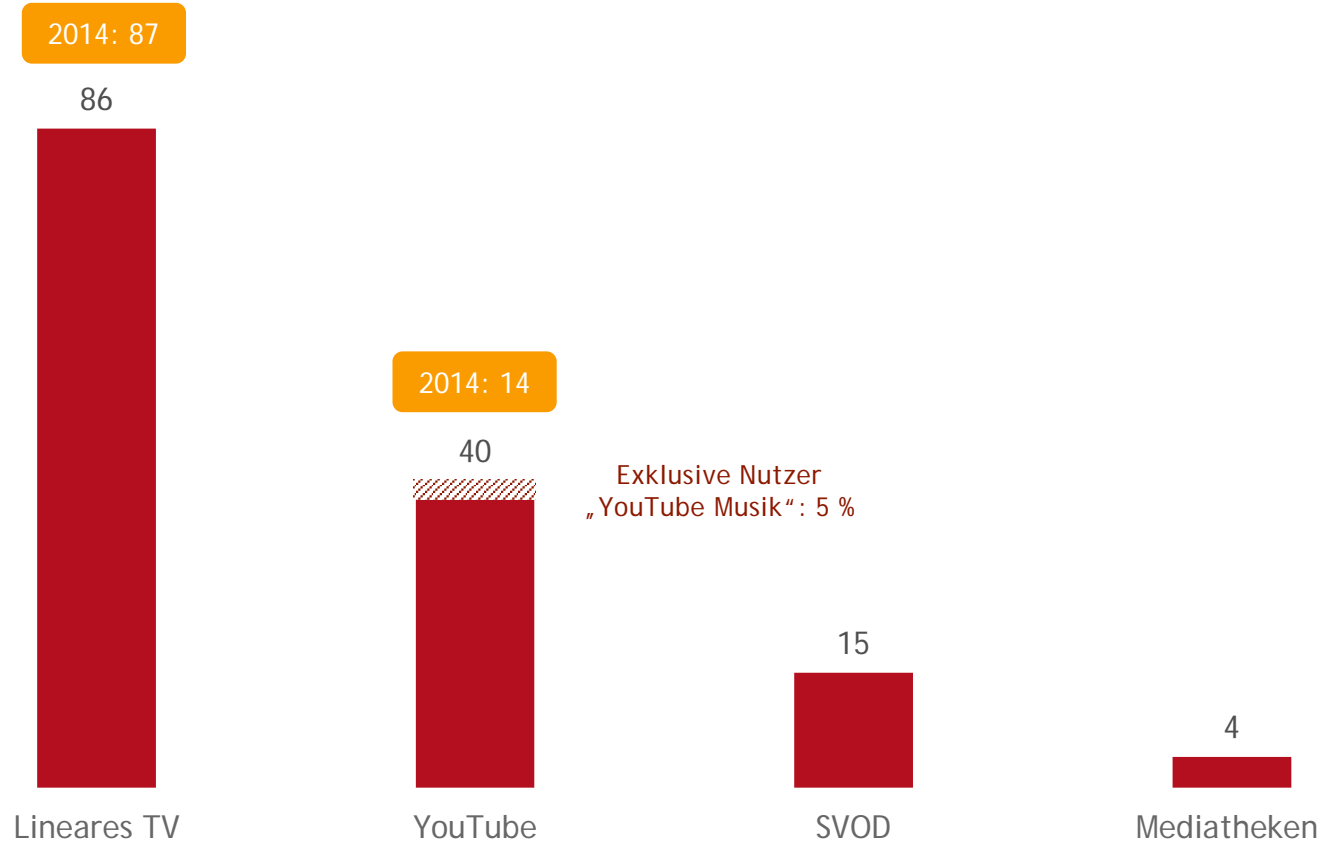


- Lineares TV
- DVD
- TV-Aufnahmen
- Mediatheken
- SVOD
- YouTube
- Sonstiges Video

Lineares TV ist für Kinder unverzichtbar

Lineares TV vs. Video-Plattformen

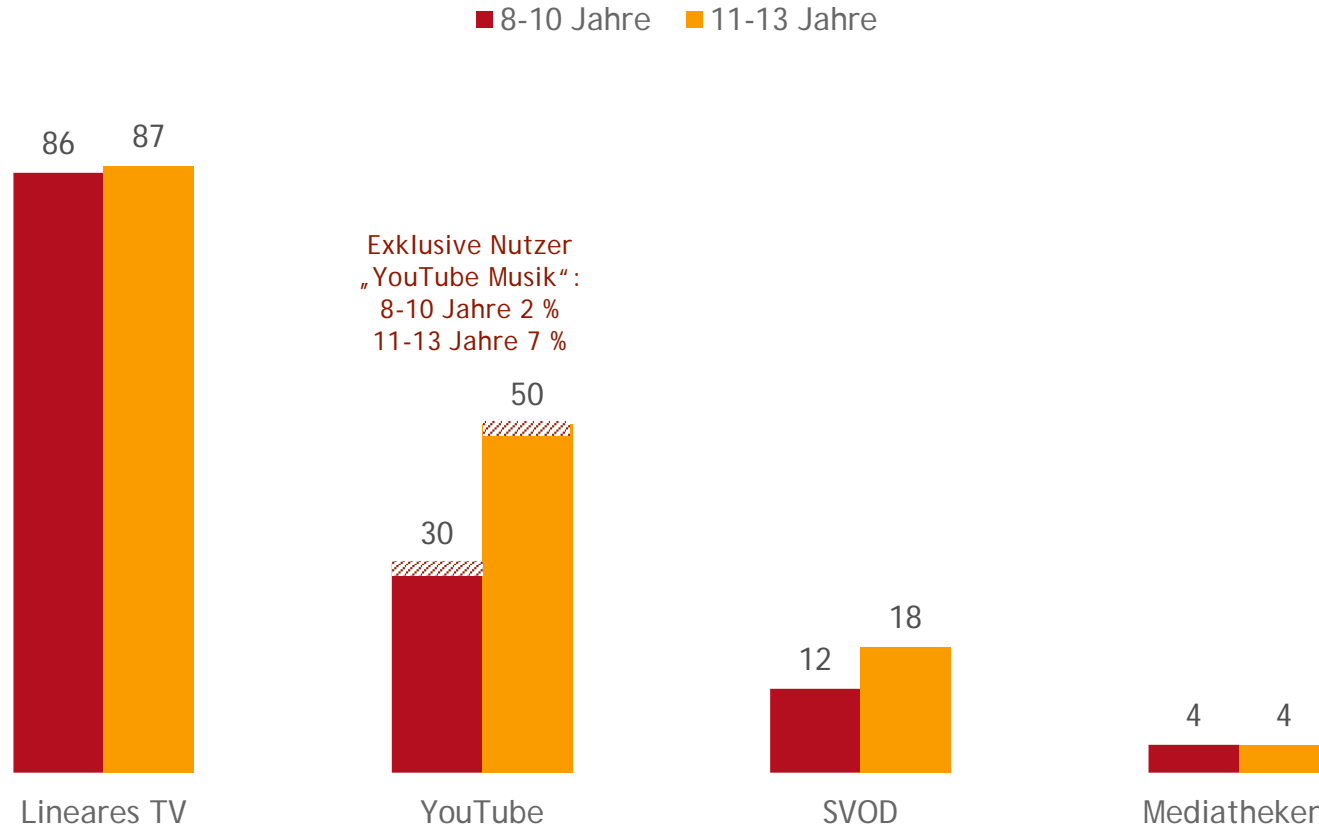
Nettoreichweite (3 Tage) in %



Auch die älteren Kinder schauen noch gerne TV

Lineares TV vs. Video-Plattformen

Nettoreichweite (3 Tage) in %

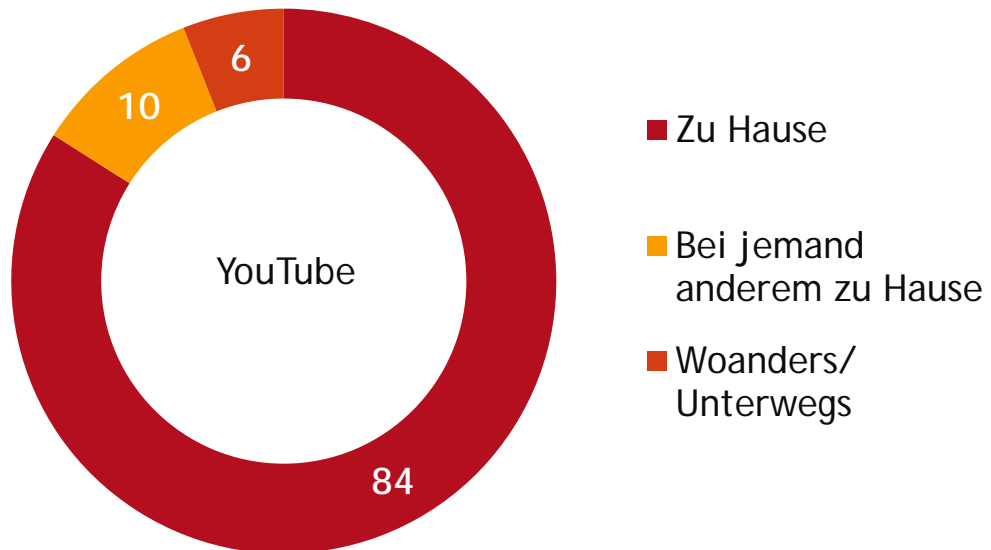


YouTube

YouTube wird am liebsten zu Hause genutzt

in % der Kontakte (100 = alle YouTube-Kontakte)

NUTZUNGORT

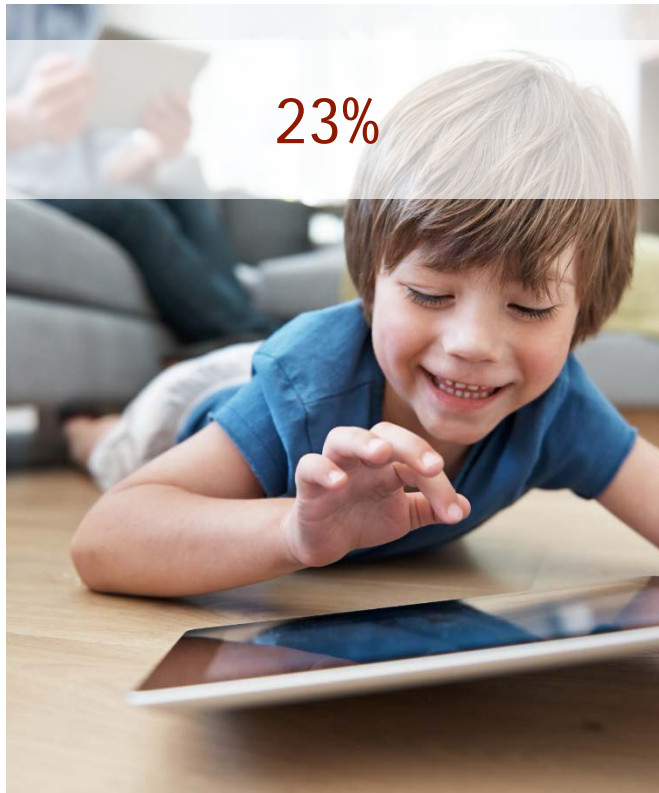


YouTube macht einsam

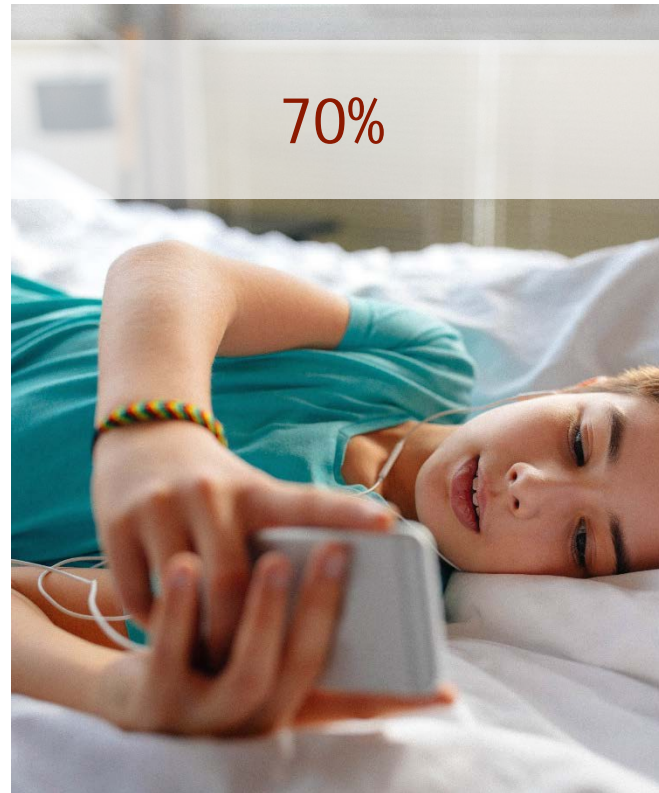
YouTube

in % der Kontakte (100 = alle YouTube-Kontakte zu Hause)

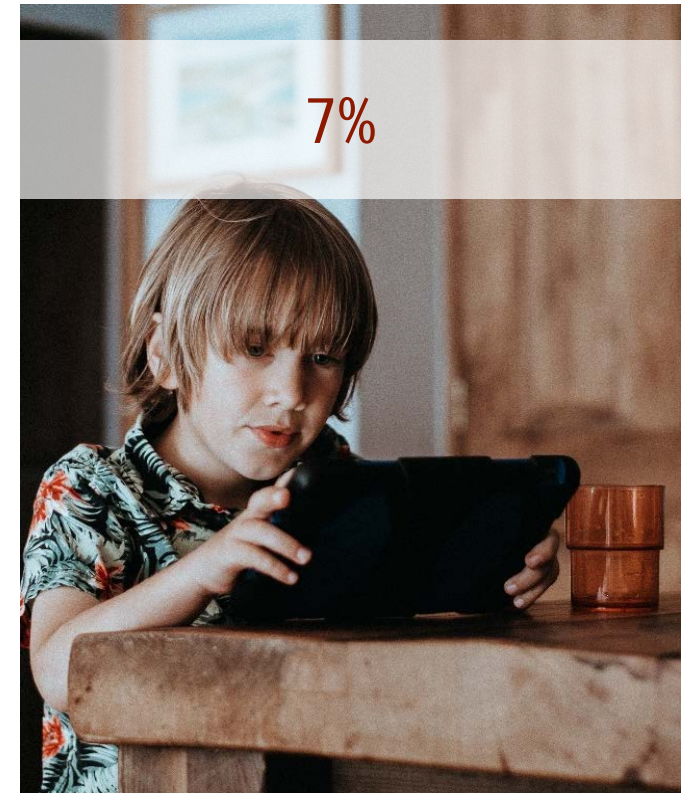
WOHNZIMMER



KINDERZIMMER



ANDERE RÄUME

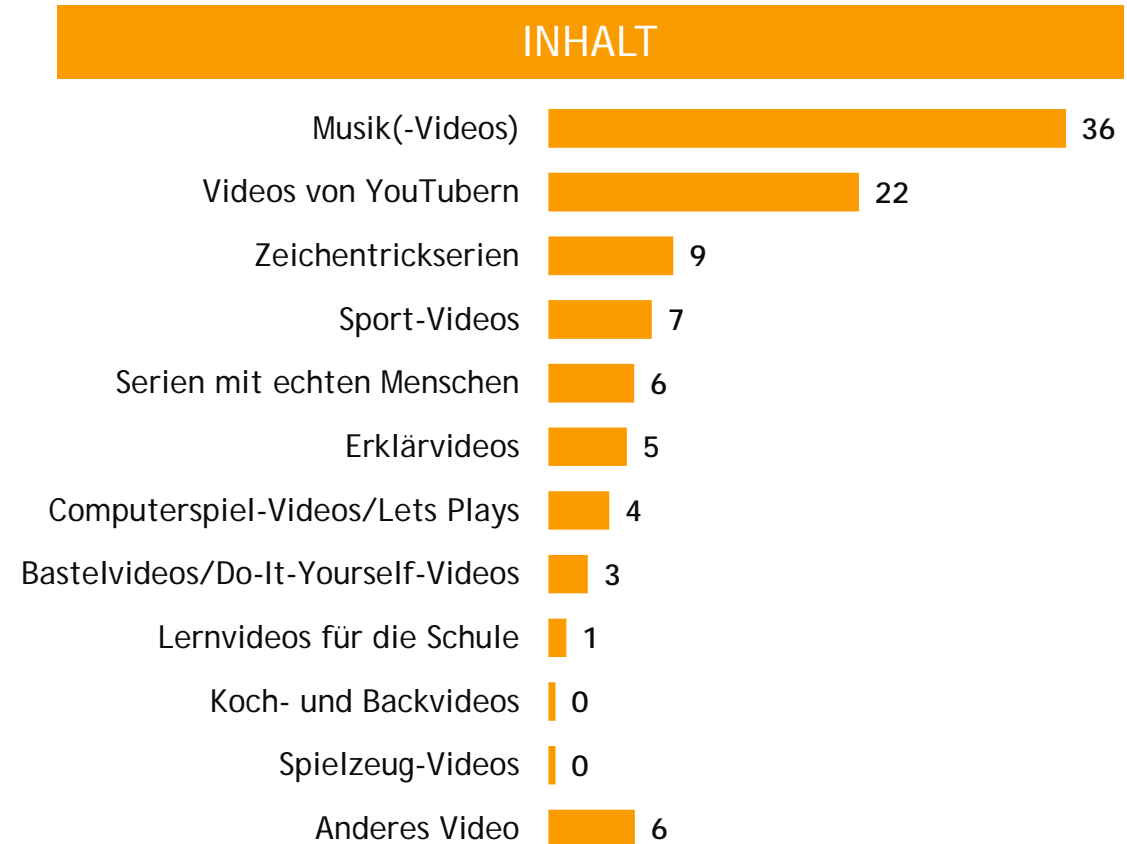
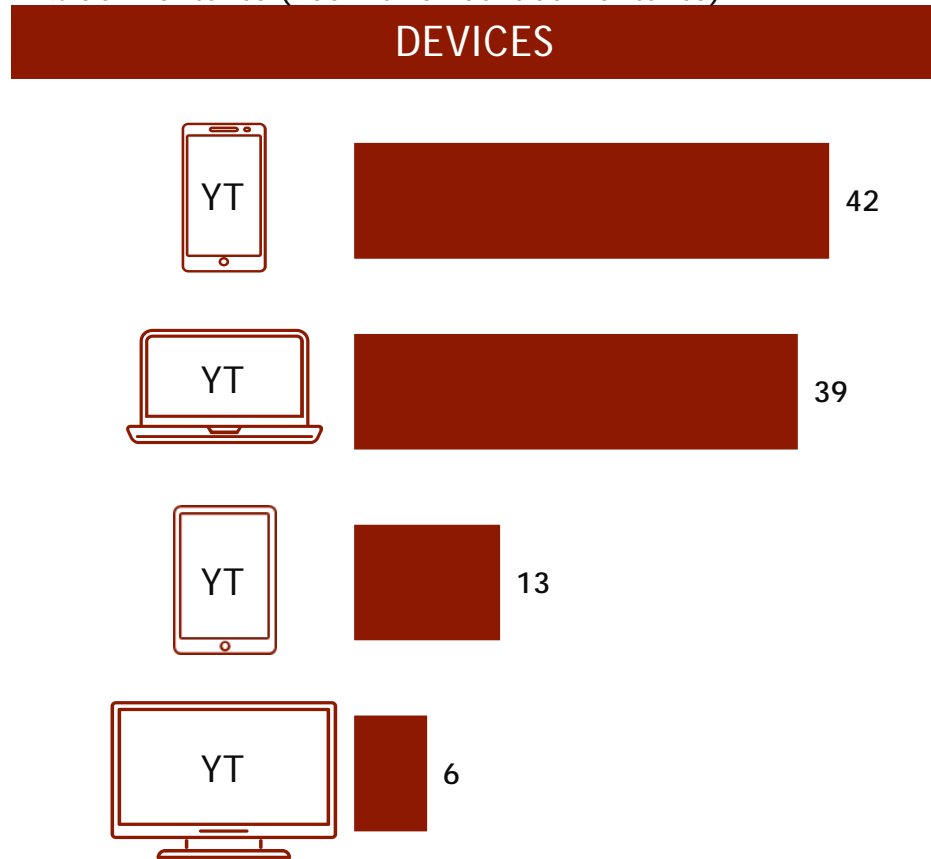


Quelle: Fourscreen Touchpoints Kids 2019, n=413 Kinder von 8 bis 13 Jahren, Basis: YouTube-Kontakte zu Hause , Fragen: „Was schaust Du Dir an?“; „Du hast eben gesagt, Du bist zu Hause. Und wo bist Du da genau?“

YouTube: am Smartphone mit Musik

YouTube

in % der Kontakte (100 = alle YouTube-Kontakte)

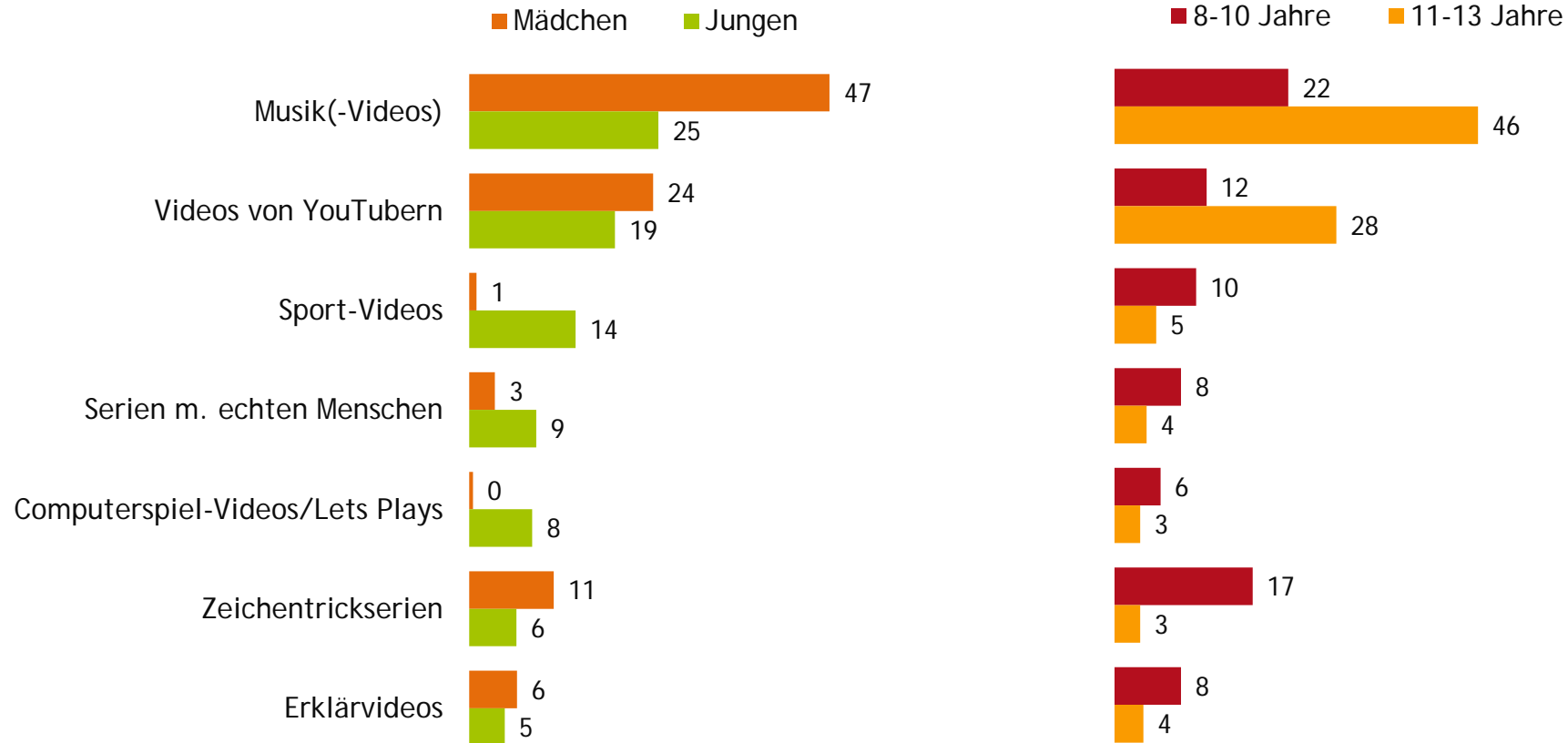


Quelle: Fourscreen Touchpoints Kids 2019, n=413 Kinder von 8 bis 13 Jahren, Basis: YouTube-Kontakte, Fragen; „Wo schaust Du Dir das Video gerade an?“; „Was für ein Video siehst Du Dir gerade an?“

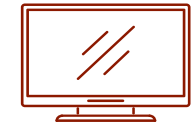
YouTuber werden erst bei den Älteren interessant

Analyse Geschlecht und Alter

in % der Kontakte (100 = alle YouTube-Kontakte)

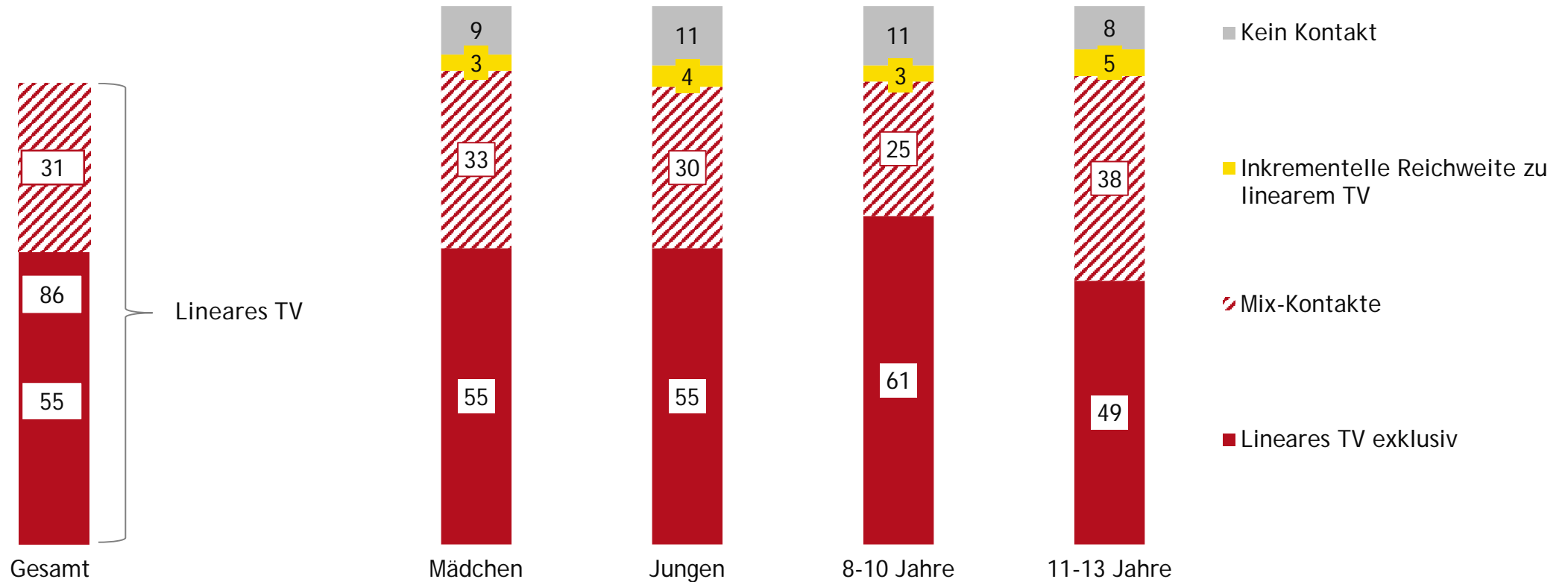


YouTube ist kein Ersatz für lineares TV



YouTube

Inkrementelle Reichweite im Vergleich zu linearem TV in %



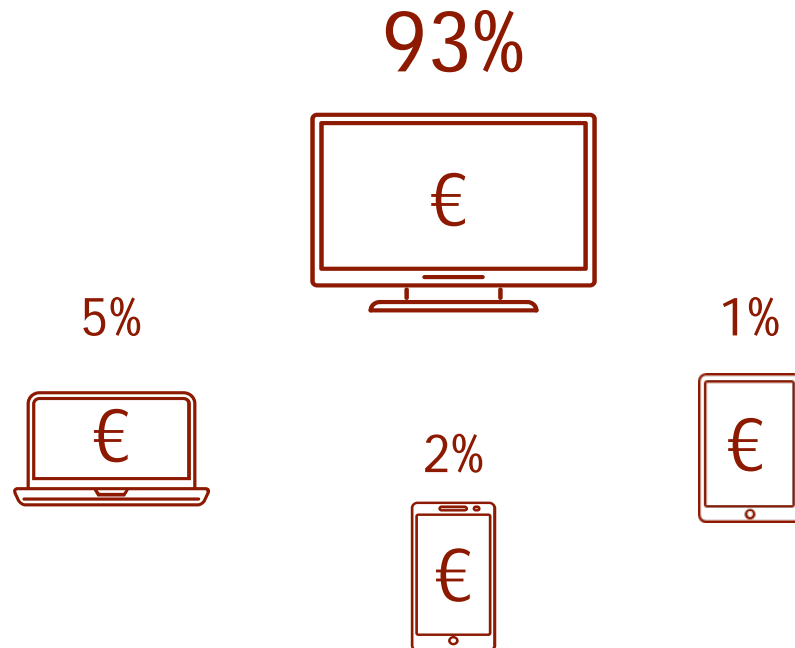


SVOD

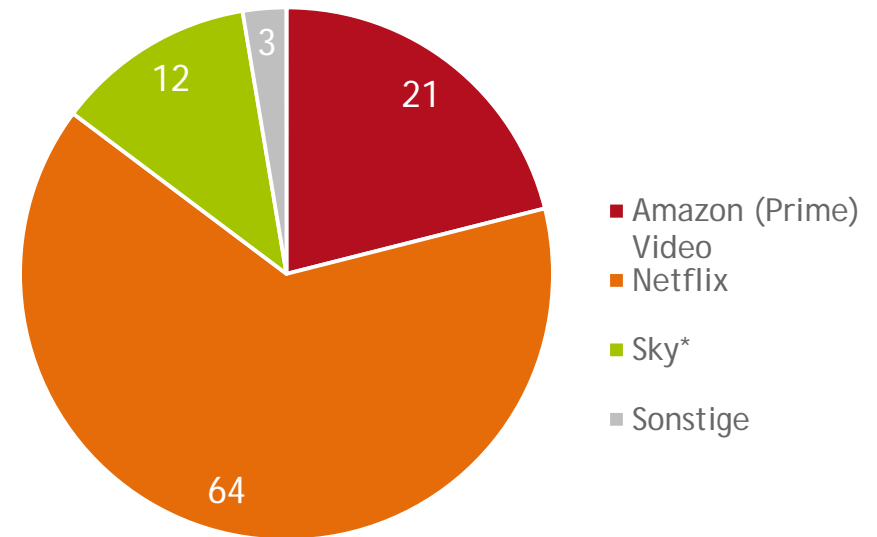
In der SVOD-Nutzung führt Netflix

in % der Kontakte (100 = alle SVOD-Kontakte)

DEVICES



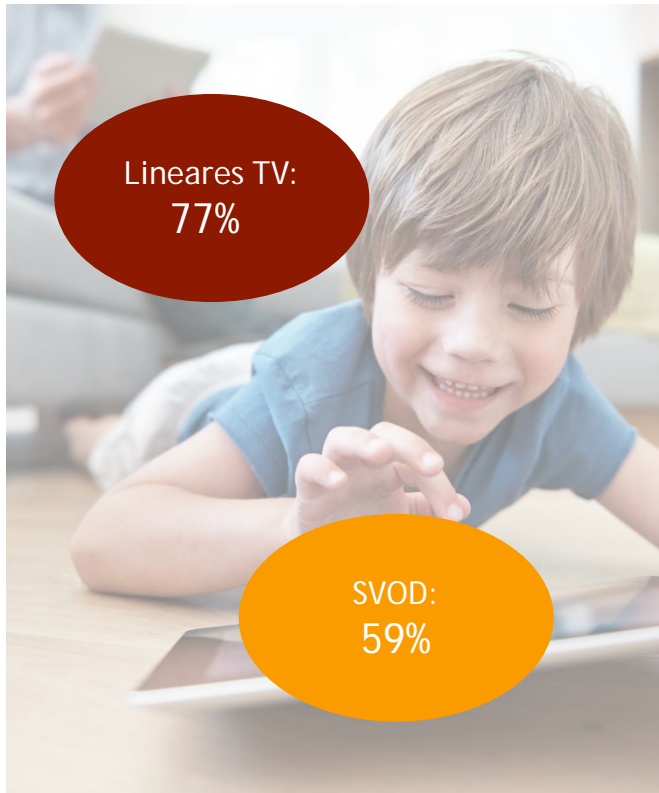
ANBIETER



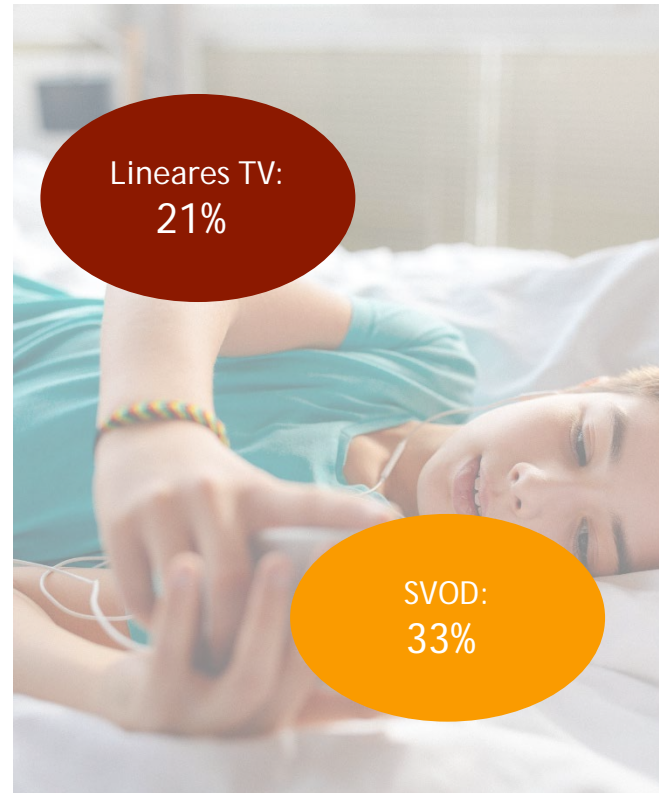
Lineares TV ist das Gemeinschaftsmedium!

in % der Kontakte (100 = alle Lin.TV-/SVOD-Kontakte)

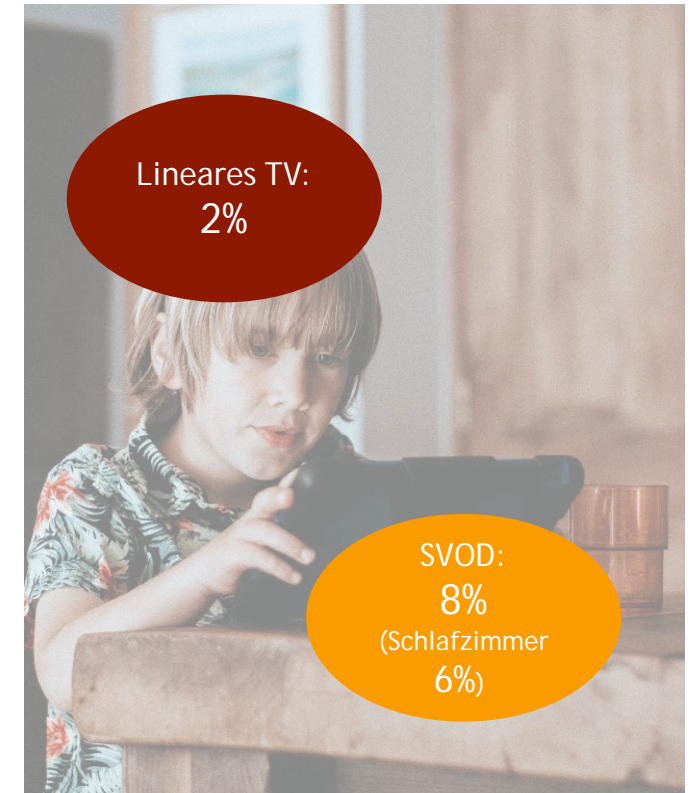
WOHNZIMMER*



KINDERZIMMER



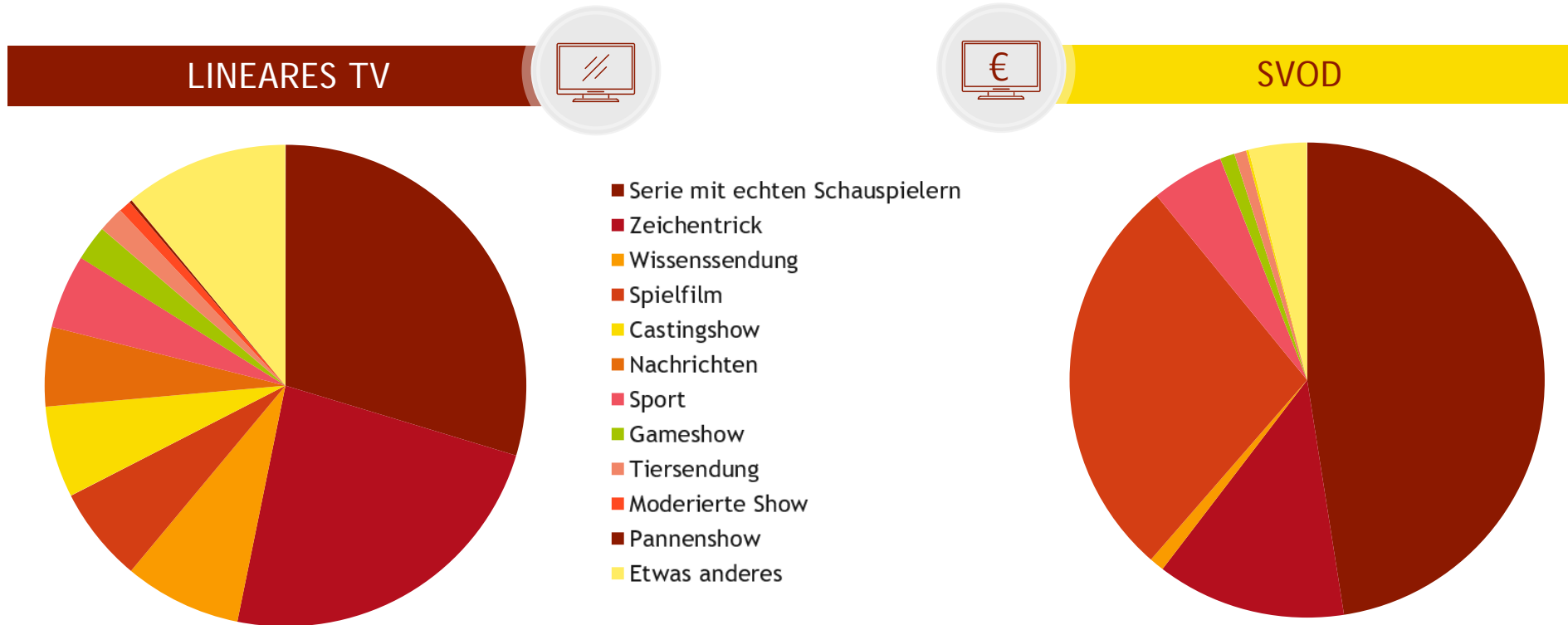
ANDERE RÄUME



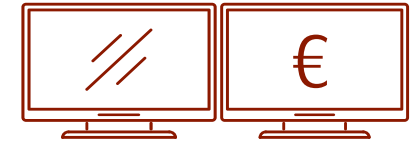
Quelle: Fourscreen Touchpoints Kids 2019, n=413 Kinder von 8 bis 13 Jahren, Basis: Lin. TV- & SVOD-Kontakte, Fragen: „Wo schaust Du Dir das Video gerade an?“; „Du hast eben gesagt, Du bist zu Hause. Und wo bist Du da genau?“/*Wohnzimmer/Esszimmer

Lineares TV überzeugt mit seiner Vielfalt

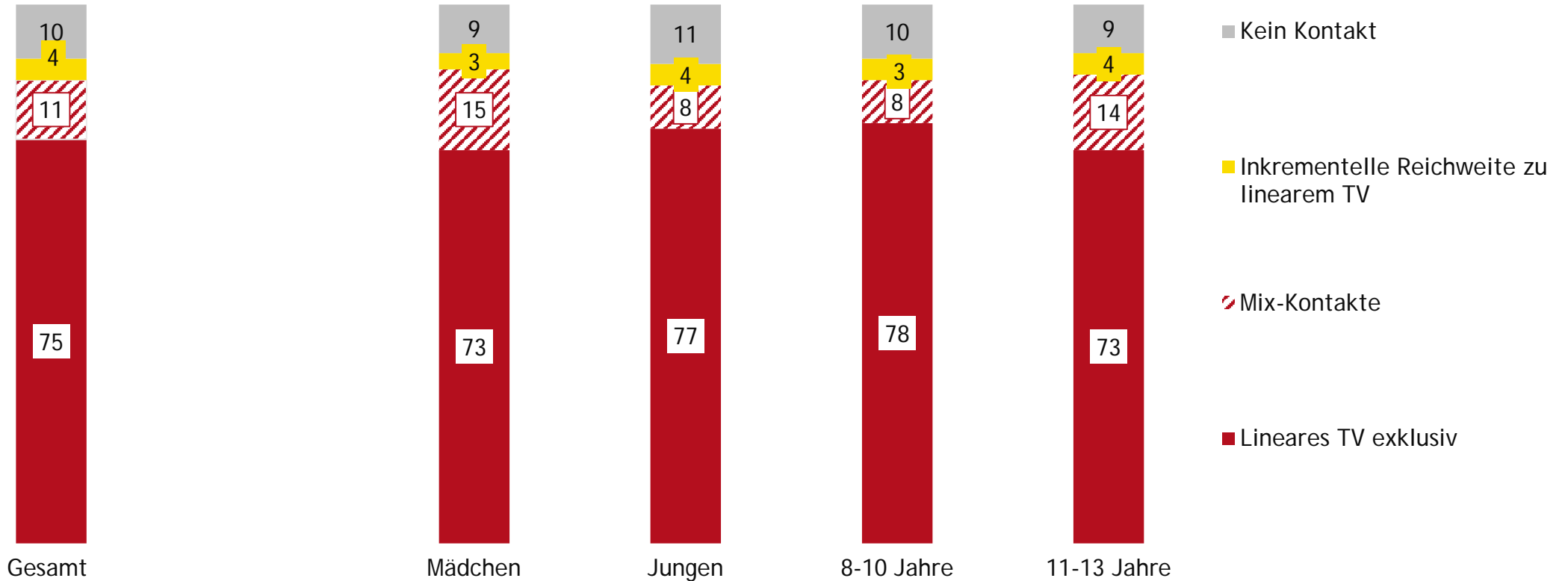
in % der Kontakte (100 = alle Lin.TV-/SVOD-Kontakte)



Auch SVOD ist kein Ersatz für lineares TV



Inkrementelle Reichweite im Vergleich zu linearem TV in %



Der Alltag von
Kinder ist sehr
vielfältig.

Kinder schauen
weiterhin TV: 71%
des Videokonsums
entfällt auf
lineares
Fernsehen.

YouTube bietet so
gut wie keine
inkrementelle
Reichweite (4%).
Und diese ist
kaum planbar.

Wenn Kinder
streamen, dann
am häufigsten
Netflix.

Kontaktfolie

Kontaktfolie für zwei Kontakte

Cornelia Krebs

Leiterin Werbewirkungsforschung

Tel: +49 221 456-71072

Mobil: +49 163 5886470

E-Mail: Cornelia.Krebs@mediengruppe-rtl.de

Mediengruppe RTL Deutschland GmbH

Picassoplatz 1

D-50679 Köln

www.mediengruppe-rtl.de

Anna Rynkowski

Projektleiterin
Forschung & Märkte

Tel: +49 221 456-71085

Mobil: +49 170 456-6983

E-Mail: Anna.Rynkowski@mediengruppe-rtl.de

Mediengruppe RTL Deutschland GmbH

Picassoplatz 1

D-50679 Köln

www.mediengruppe-rtl.de