

ONLINE-VIDEO-ANGEBOTE: ERGÄNZUNG, ABER KEIN ERDRUTSCH

Fourscreen touchpoints

10.12.2015 | Köln | Robert Schöffner



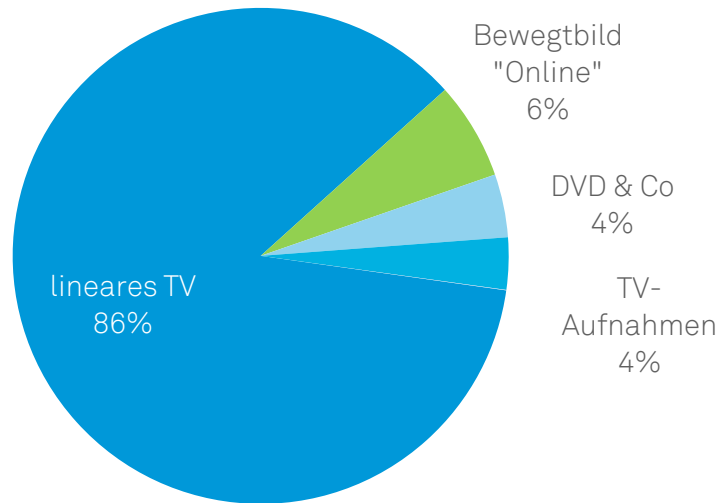
Reden wir über Bewegtbild

BEWEGTBILD FINDET AM FERNSEHER STATT



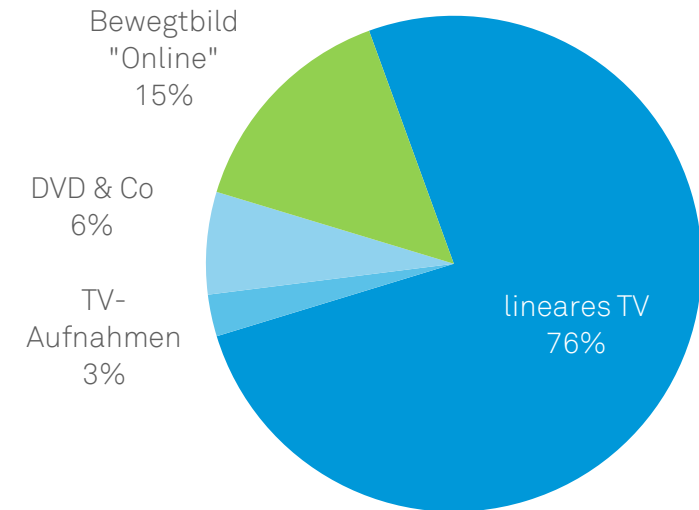
Bewegtbild-Kontakte (Brutto) in % (Mo–So)

Gesamt (14-59 Jahre)



→ Über 90% der Bewegtbild-Nutzung findet am TV-Gerät statt – überwiegend linear

Junge Zielgruppe (14-25 Jahre)



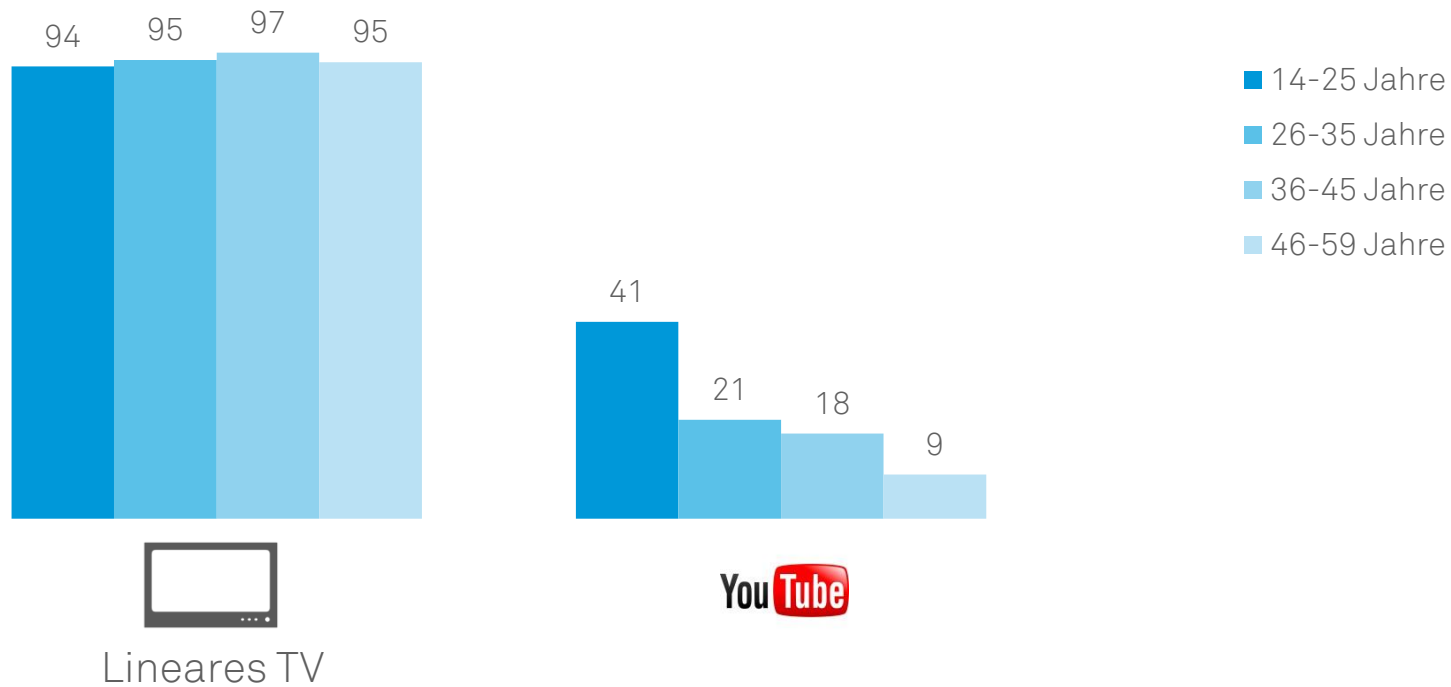
→ auch für die Jungen bedeutet Bewegtbild vor allem lineares TV

Netto-Reichweite Youtube & TV

YOUTUBE-NUTZER VOR ALLEM UNTER 25 JAHRE



Netto-Reichweite (3 Tage) im Altersvergleich in %

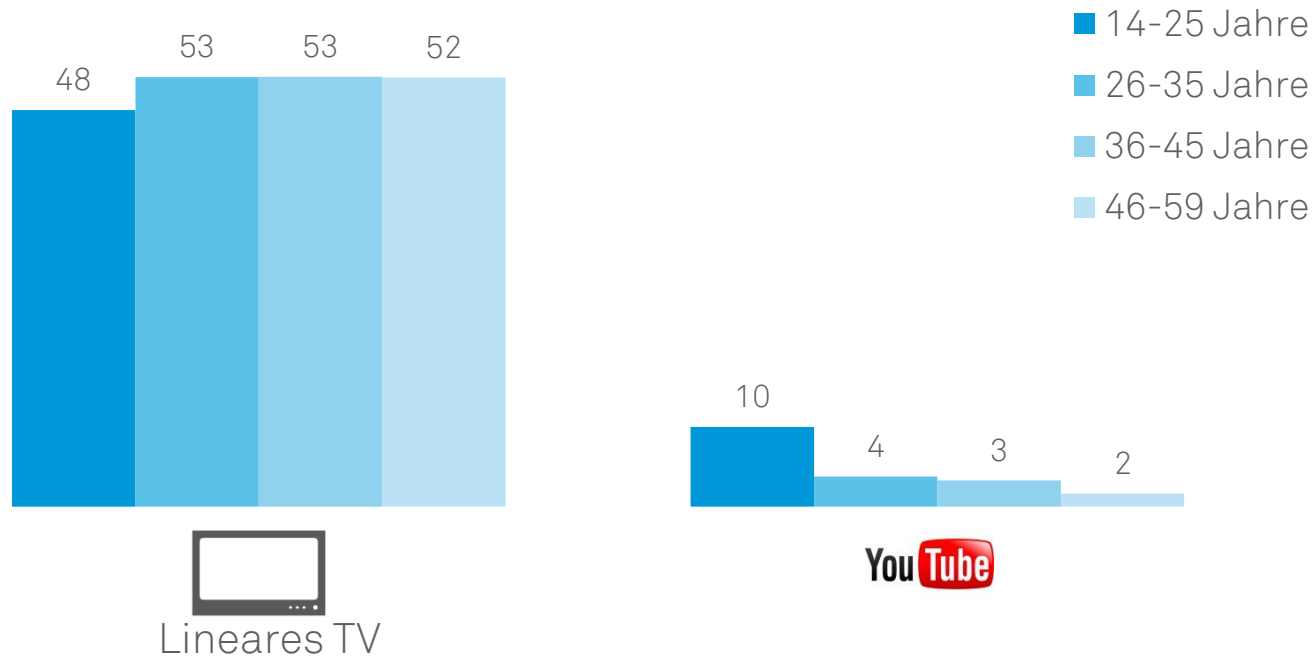


Kontakt-Anteile Youtube & TV

ANTEIL AN DER MEDIENNUTZUNG ÜBERSICHTBAR



Kontakte an der Mediennutzung in %

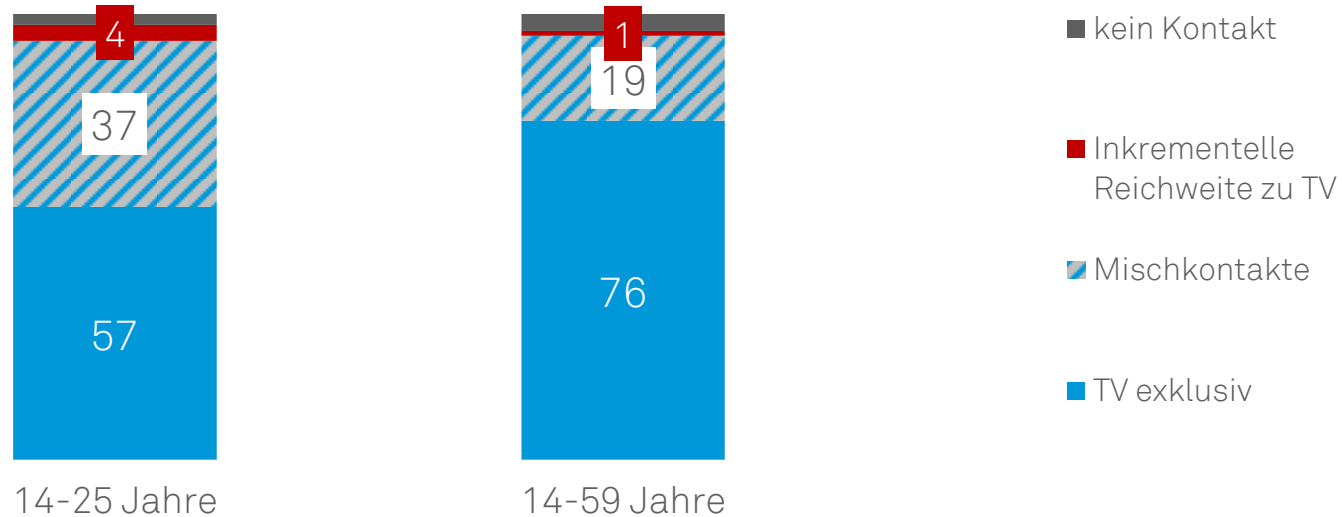


Substituierbarkeit Youtube vs. TV

KAUM EXKLUSIV-KONTAKTE BEI YOUTUBE



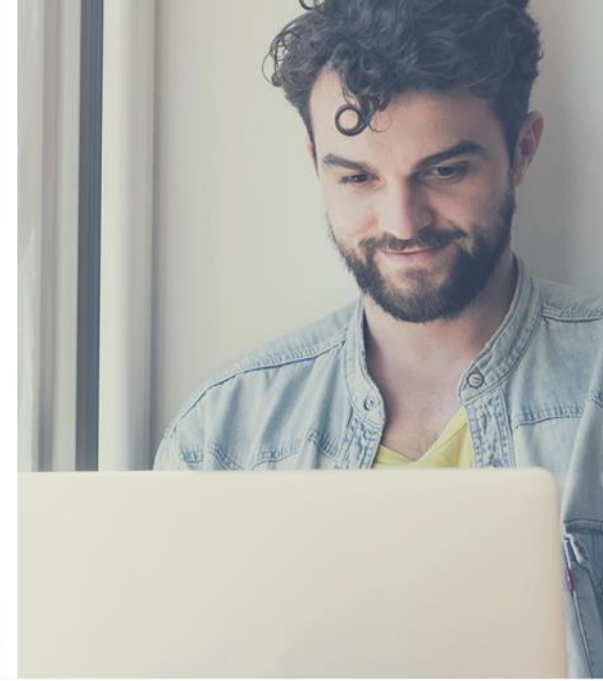
Inkrementelle Reichweite durch Online Dienste im Vergleich zu linearem TV (Jüngere, 14-25 Jahre)



Lesebeispiel YouTube: von allen 14-25 Jährigen wurden innerhalb der 3-tägigen Befragungszeit ...
... 57% exklusiv über lineares TV,
... 37% sowohl über YouTube als auch linearem TV,
... lediglich 4% ausschließlich über YouTube
... und 1% wurde gar nicht erreicht.

Quelle: Fourscreen Touchpoints / Basis: Erwachsene 14-25 Jahre, n= 247.





BEI RÜCKFRAGEN

Ihr Ansprechpartner:

Robert Schäffner

Leiter Markt-Media-Forschung

Picassoplatz 1

50679 Köln

www.ip.de

Telefon:

0221 456-26430

Telefax:

0221 45695-26430

E-Mail:

robert.schaeffner@ip..de



Registergericht: Amtsgericht Köln HRB 33 057 | Geschäftsführer: Matthias Dang | USt.-IDNr. DE 114 383 325