

VIELE NUTZEN TV UND INTERNET GLEICHZEITIG

Veröffentlicht am 19. April 2013 von Annette

In Zeiten des Internets, in denen es massenhaft genutzte Anbieter wie YouTube gibt, galt das traditionelle Fernsehen lange Zeit [...]

In Zeiten des Internets, in denen es massenhaft genutzte Anbieter wie [YouTube](#) gibt, galt das traditionelle Fernsehen lange Zeit als sinkendes Schiff. Dank der immer größer werdenden Verbreitung von [mobilen Endgeräten](#) wie Smartphones oder [Tablet PCs](#) bewahrheitet sich diese Prophezeiung allerdings nicht. Im Gegenteil, TV wird wieder mehr genutzt - nur anders.

TV BLEIBT BELIEBT, ERGÄNZT VOM NETZ

Ganze **10 Stunden am Tag** nutzen Deutsche durchschnittlich Medien, wie eine [Studie von SevenOne Media](#) herausfand. Der Anteil der Internetnutzung an dieser Zeit ist in den vergangenen Jahren sprunghaft auf knapp 2 Stunden angestiegen. 14 - bis 29-Jährige sind noch länger online. Das Fernsehen hat einen Anteil von knapp 3 Stunden und bleibt damit das **beliebteste Medium**, auch Video-Spiele werden viel genutzt. In jüngster Zeit zeichnet sich jedoch ein neues Phänomen ab, das immer beliebter wird: die [parallele Nutzung von Fernsehen und Internet](#).

MEHR INFORMATION UND KOMMUNIKATION

Der klassische Fernsehabend mit Couch, TV und Chips ist scheinbar Geschichte. Viele Menschen **surfen nebenher mit Laptop, Tablet PC oder Smartphone** im Internet. Dabei werden **Inhalte, die im Fernsehen gezeigt werden**, recherchiert und vertieft. Das Fernsehen wirkt also wie ein **zündendes Element**, das die Nutzer anregt, sich weiter mit Werbebotschaften und Inhalten zu beschäftigen. Benutzer tauschen sich auch gerne während des Fernsehens mit anderen Menschen über [Social Media](#) aus.

FERNSEHEN STARTET IN EIN NEUES ZEITALTER

Fernsehsendungen, die dieser Entwicklung gerecht werden wollen, verbreiten sich langsam, aber sicher. Sie zeigen [Twitter](#)-Schlagworte während der Sendungen, geben Seriencharakteren [Facebook-Fanpages](#) und Twitter-Konten oder produzieren erfolgreich ganz neue, **multimedial und sozial angelegte Formate** wie zum Beispiel die [Serie "About Kate"](#). Im Gegensatz zu [absteigenden Medien](#) wie zum Beispiel [Telefonbüchern](#) und dem Radio kann das Fernsehen entgegen aller Unkenrufe als Werbemedium überzeugen und profitiert von den jüngsten Entwicklungen der digitalen Welt.

CHANCEN FÜR INTERNETAFFINE UNTERNEHMEN

Auch Unternehmen können von dieser Entwicklung profitieren. In den USA, in denen weit mehr Firmen Social Media sehr aktiv nutzen, ist es ganz normal, dass auch große Marken **auf Ereignisse im Fernsehen reagieren**. Das sorgt, wenn die Aktionen clever durchgeführt werden, für viel Aufmerksamkeit. Ein gutes Beispiel ist der Super Bowl, ein in Amerika sehr beliebtes Football-Event, bei dessen Live-Übertragung im Fernsehen ein großer Stromausfall für Wirbel sorgte. Einige Marken auf **Facebook** und **Twitter** reagierten sehr schnell und **posteten passende Bilder**, wie zum Beispiel der Keks-Hersteller Oreo, der ein Bild mit dem Text "You can still dunk in the dark" (zu deutsch: "Ihr könnt eure Kekse auch im Dunkeln in Milch tunken.") veröffentlichte und damit enorme Reichweite erlangte. Mehr Beispiele gibt es [in diesem englischsprachigen Artikel](#).

Die Veränderung der Nutzung von Medien in der Gesellschaft bietet neue Chancen für's Marketing. Man muss sie nur nutzen.