

# PRESSEMITTEILUNG

**Sonderauswertung: Media Activity Guide 2017**

## **Digital Natives nutzen deutlich mehr TV als Facebook/ Bewegtbild dominiert den Medienkonsum der jüngeren Generationen/ YouTube dient vornehmlich als Musikka- nal**

**Unterföhring, 14. Juni 2017.** „Always on“ – auf keine andere Zielgruppe trifft das aktuelle Kommunikationsmantra wohl besser zu als auf die Digital Natives. Für die jüngeren Generationen wurden die mobilen Devices inzwischen zu ständigen Begleitern, wobei sie eine breite Palette von Mediengeräten häufig auch gleichzeitig einsetzen – im Durchschnitt sechs. Aber auch die traditionellen Medien sind und bleiben für die Youngsters relevant, allerdings werden diese zunehmend digital genutzt. Fernsehen und Social Media stehen dabei nicht direkt in Konkurrenz, sondern erfüllen ganz unterschiedliche Bedürfnisse. Daher fällt die tägliche Nutzungsdauer für TV bei den Digital Natives auch deutlich länger aus als für Soziale Netzwerke. Dies sind die Ergebnisse einer Sonderauswertung des „Media Activity Guide 2017“, der jährlich durchgeführten Mediennutzungsstudie der SevenOne Media.

Da die Digital Natives eine Zeitspanne von 20 Jahren umgibt (von 14 bis 34 Jahren), ist diese Gruppe in ihrer Mediennutzung nicht homogen. Die sogenannte Gen Y steht für die Personen, die um die Jahrtausendwende herum im Teenageralter waren. Unter der Gen Z versteht man die rund zehn Jahre jüngere Nachfolgeneration. Je nach Altersabschnitt zeigen sich bei den Digital Natives größere Veränderungsprozesse, die durch die unterschiedlichen Lebensphasen wie Ausbildung oder Familiengründung geprägt werden.

Dies spiegelt sich auch in der Mediennutzung wider: So fällt während der Schulzeit die Fernsehnutzung am geringsten aus und liegt bei rund 100 Minuten täglich. Mit dem Übergang in Ausbildung oder Studium steigt die TV-Nutzung auf 126 Minuten. Beim Eintritt in das Berufsleben verlieren Online-Videos deutlich an Relevanz. Dafür punktet das Entspannungsmedium Fernsehen besonders bei jungen Berufstätigen und nimmt mit fast drei Stunden dreimal mehr Zeit in Anspruch als Online-Videos. Dabei ist bei den jüngeren Digital Natives (Gen Y) zwischen 14 und 20 die tägliche TV-Nutzung sechsmal höher als die Facebook-Nutzung und siebenmal höher als die Snapchat-Nutzung. Bei den älteren Digital Natives zwischen 21 und 34 (Gen Z) wird TV siebenmal länger genutzt als Facebook.

Am häufigsten kommen beim Medienkonsum der Digital Natives Smartphones (96 Prozent), Laptops (84 Prozent) und TV-Geräte (81 Prozent) zum Einsatz. Dagegen haben neue Technologien wie Smartwatches oder VR-Brillen noch einen relativ geringen Nutzeranteil. Vermutlich liegt das an den verhältnismäßig hohen Preisen und dem noch nicht überzeugend vermittelten Mehrwert dieser Devices.

Bewegt看ild boomt bei der jüngerer Generation und sie sehen im Schnitt drei Stunden und 35 Minuten täglich Videos – allen voran TV und kostenlose Online-Videos. Auch wenn die Reichweite von kostenlosen Online-Videos hoch ist, ist der Anteil an der täglichen Nutzungsdauer mit 21 Prozent relativ gering. Unangefochten an der Spitze liegt dabei YouTube (96 Prozent Nutzung), das allerdings maßgeblich als Musikkanal eingesetzt wird. Pay VoD-Dienste werden zwar immer beliebter, aber trotzdem bisher nur von weniger als der Hälfte mindestens monatlich konsumiert. So kommen kostenpflichtige Dienste wie Netflix, maxdome oder Amazon Video auf insgesamt 19 Minuten tägliche Nutzungsdauer

**Gerald Neumüller, Director Research SevenOne Media:** „Digital Natives verbringen online deutlich mehr Zeit als Ältere. Die Omnipräsenz des Internets bedeutet allerdings nicht, dass klassische Medien in dieser Zielgruppe an Relevanz verlieren. Vielmehr nutzen sie traditionelle Medien vermehrt über digitale Kanäle. Dies trifft besonders stark auf die TV-Nutzung über alternative Kanäle wie Livestreams zu, die in der jungen Zielgruppe dreimal höher ist als in der Gruppe ab 35 Jahren.“

ProSiebenSat.1 Media SE  
Ansprechpartner:

Konzernkommunikation Sales  
Kerstin Bauer  
Tel. +49 [89] 95 07 - 1133  
Fax +49 [89] 95 07 - 91133  
Mail: Kerstin.Bauer@ProSiebenSat1.com

Marcus Prosch  
Tel. +49 [89] 95 07 - 8920  
Fax +49 [89] 95 07 - 98920  
Mail: Marcus.Prosch@ProSiebenSat1.com