



4. Hamburger Mediensymposium | 12.06.2013

auffinden | auffindbar machen | auffindbar sein

Wie Medienunternehmen den veränderten Medienalltag gestalten können

Gerald Neumüller
Director Research, SevenOne Media

Unsere Medienwelt verändert sich...

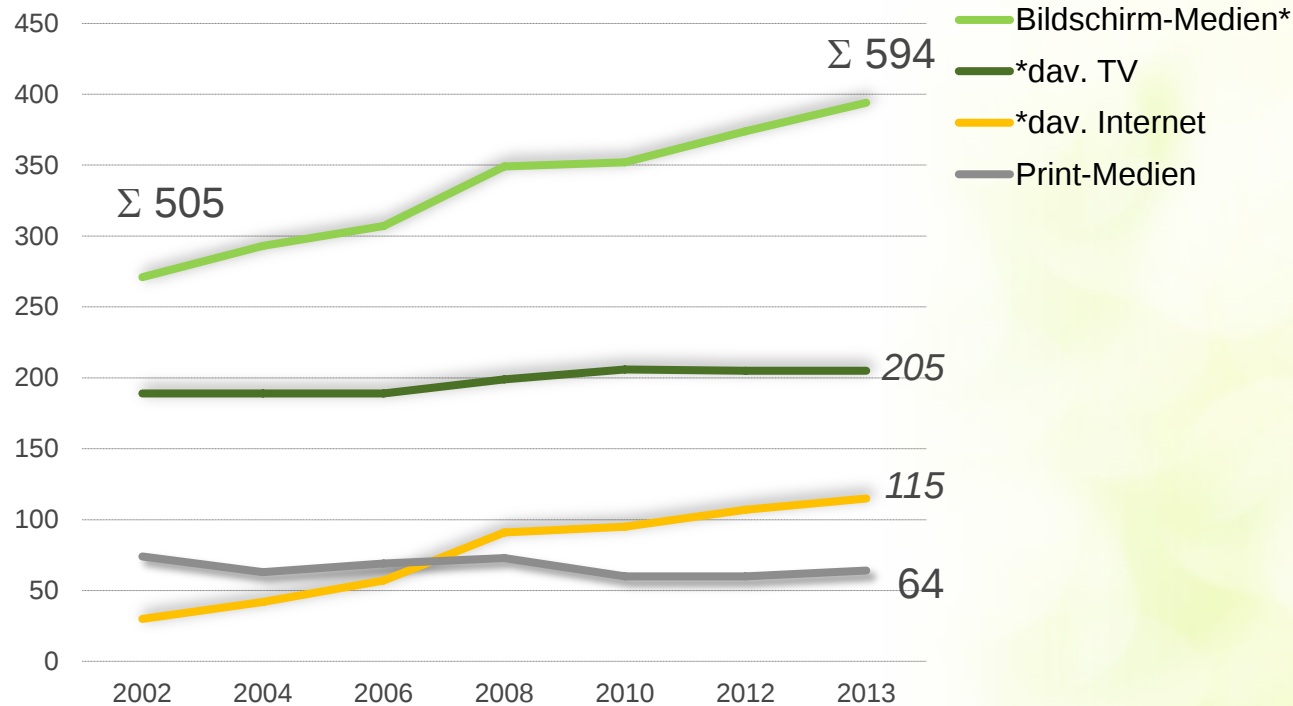


... und wird immer vielfältiger



Medienkonsum findet immer mehr am Bildschirm statt

Ø tägliche Nutzungsdauer in Minuten

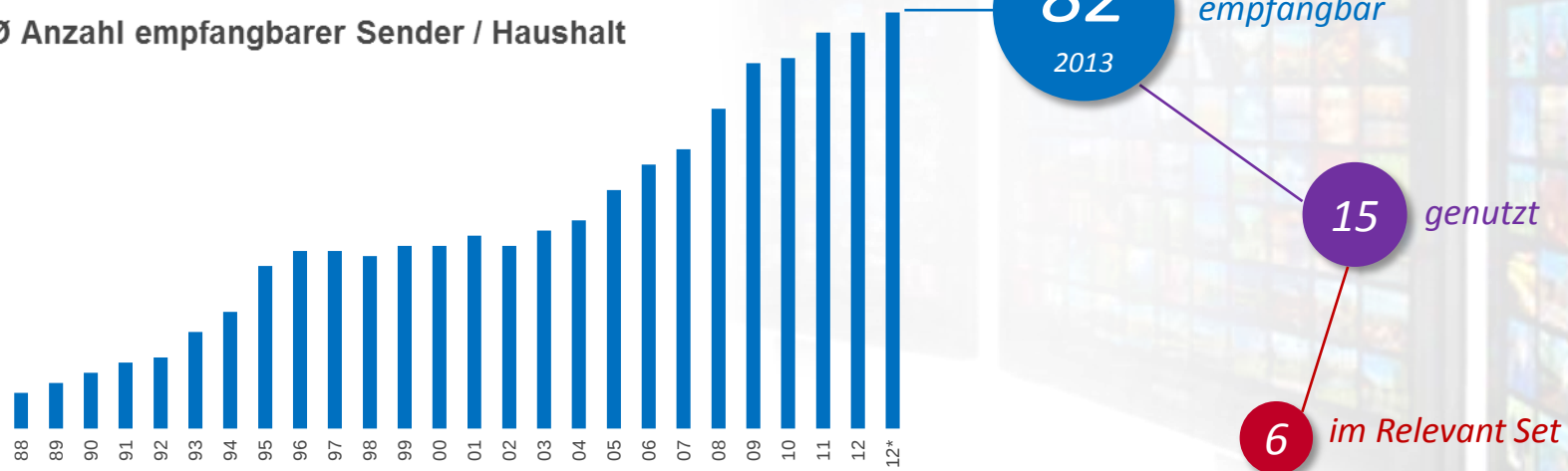


*Bildschirm-Medien: Fernsehen, Teletext, Kino, Video/DVD, Internet, PC-/Videospiele; Audio-Medien: Radio; Print-Medien: Zeitung, Zeitschrift, Buch
Basis 2013 = 1.010 Fälle (14-49 Jahre). Quelle: SevenOne Media, forsa, Enigma GfK, mindline media

Relevanz entscheidet

- Digitale Möglichkeiten bilden eine neue Ebene der Differenzierung.
- Fragmentierung ist im TV-Markt nichts Neues
- Entscheidend: Treffen sich Angebot und Nachfrage?

Ø Anzahl empfangbarer Sender / Haushalt



Jeweils zum 1.1. / 2012 1.1. und 1.6.
Quelle: AGF/GfK Fernsehforschung

Relevanz bedingt Auffindbarkeit

- Antwort auf zunehmende Fragmentierung: Content
- Hochwertige Inhalte auf allen Screens entscheiden über Erfolg
- Wachsende Medienvielfalt führt zu zunehmender Orientierung an großen Marken
- Was für TV gilt, gilt für den digitalen Markt umso mehr
- Inhalte müssen im medialen Nebel auffindbar sein



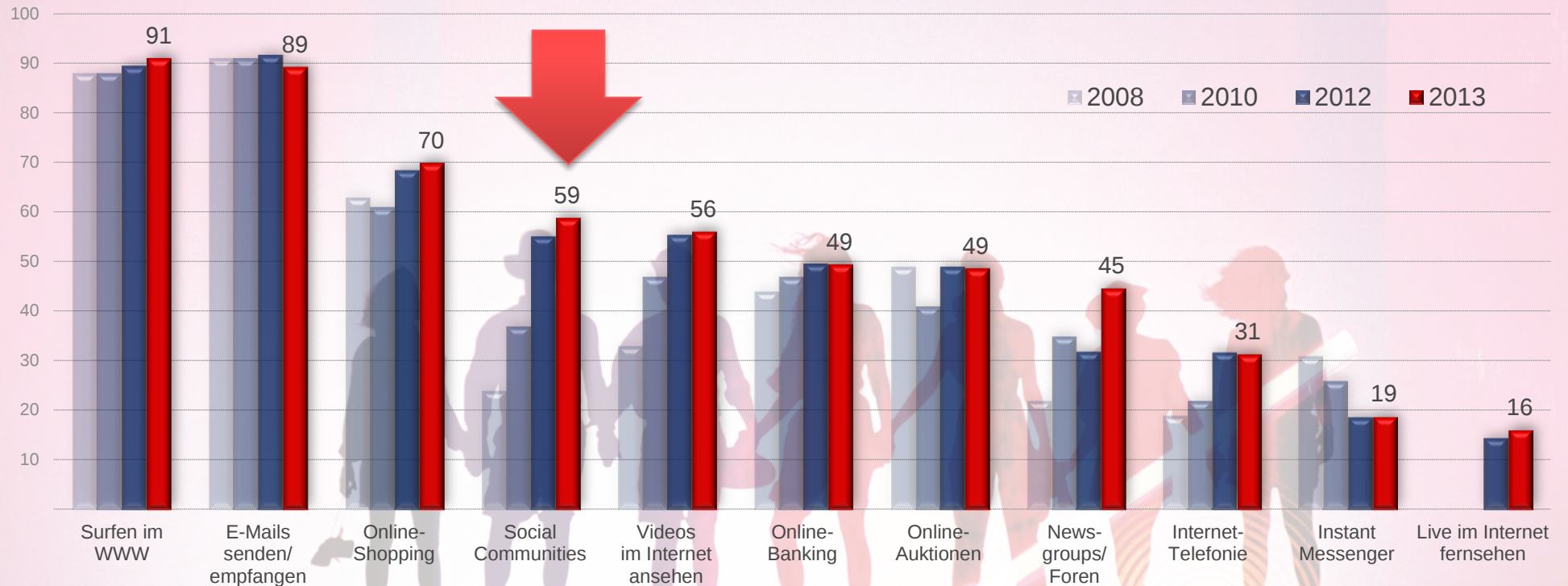
Wie man auffindbar wird und bleibt

1. Über neue Wege kommunizieren
2. Angebote an neues Medienverhalten anpassen
3. Aktive Nutzerführung

1. Über neue Wege kommunizieren - Social Communities

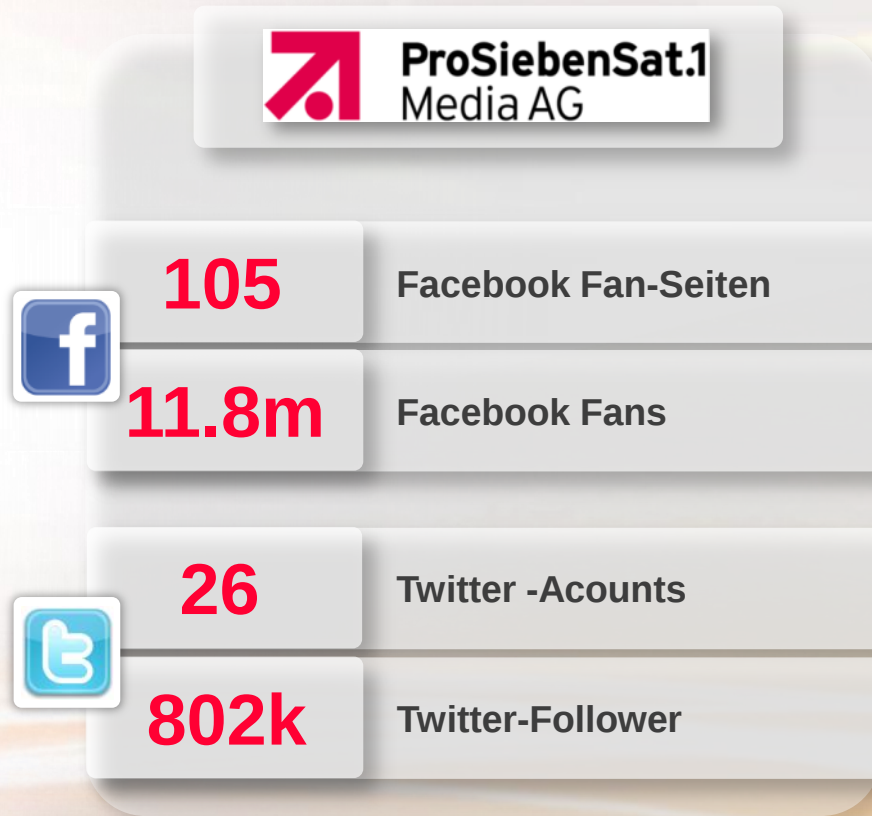
Elemente der Internetnutzung (Top 7 + Auswahl)

Angaben in Prozent

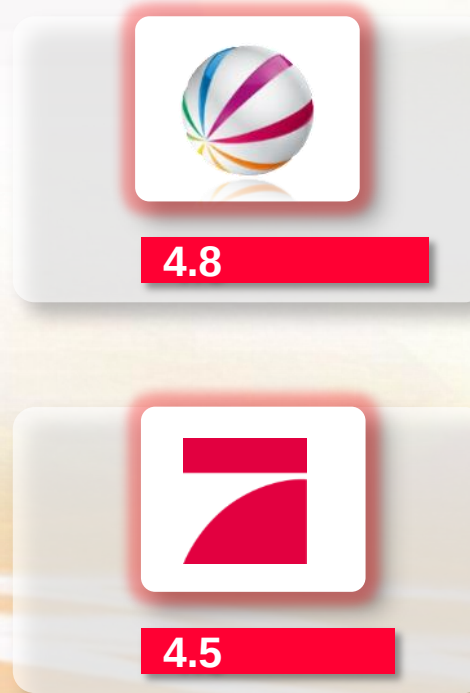


Basis: 3.922 Befragte [14-49 Jahre]; Internetnutzung mind. selten
Quelle: SevenOne Media/ mindline

P7S1-Marken bei Facebook sehr erfolgreich



Engagement Rating*



**Zuschauerbindung
Dialog**

*The Engagement value shows the engagement of fans for a fan page. It is calculated by the average amount of likes, comments and shares per day, divided by the number of fans.

Einbindung der Fans schafft hohes Engagement



1.174.285



185.848



96.055



86.428

Verknüpfung aller Kanäle

Aufrufe im TV



Aufruf Online



Pressearbeit



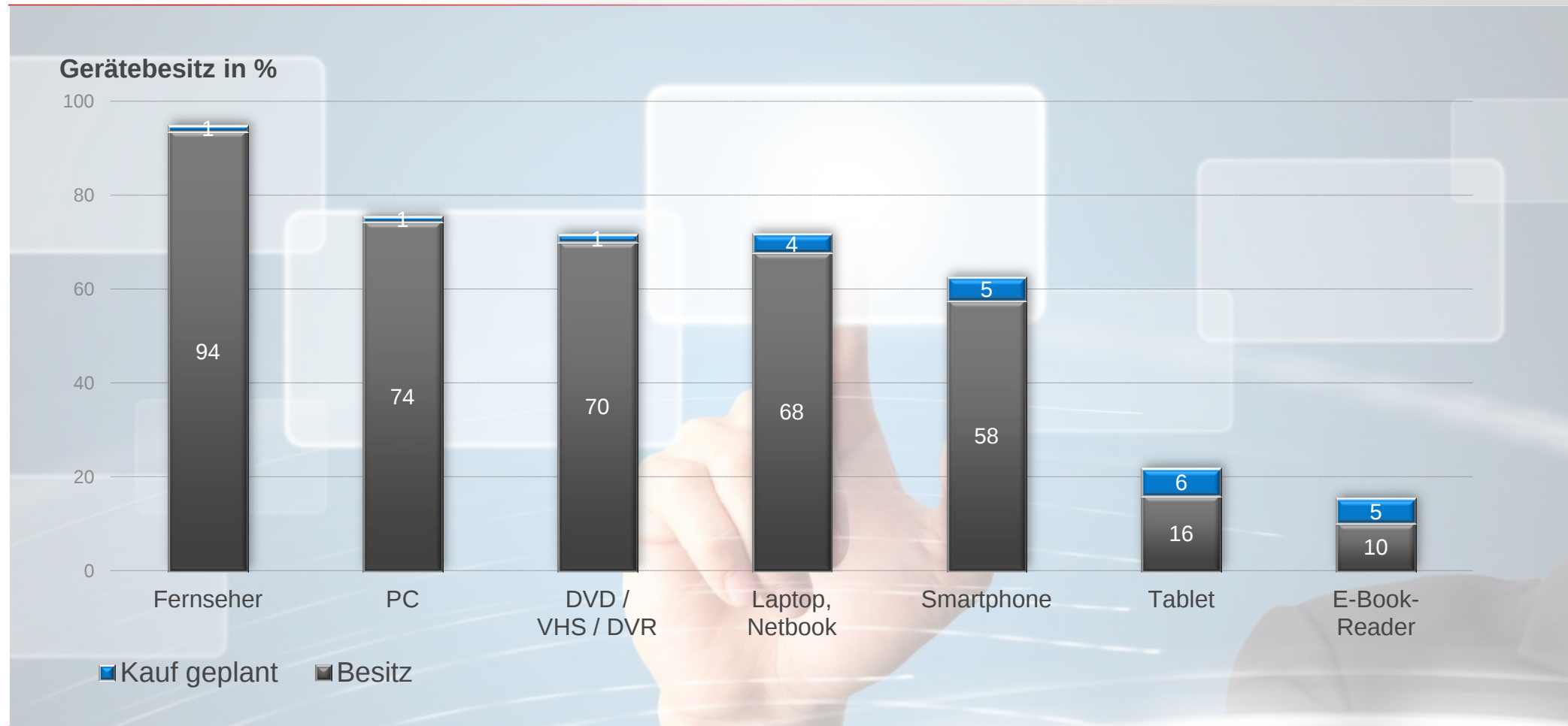
Crosspromo Facebook



Facebook Ads



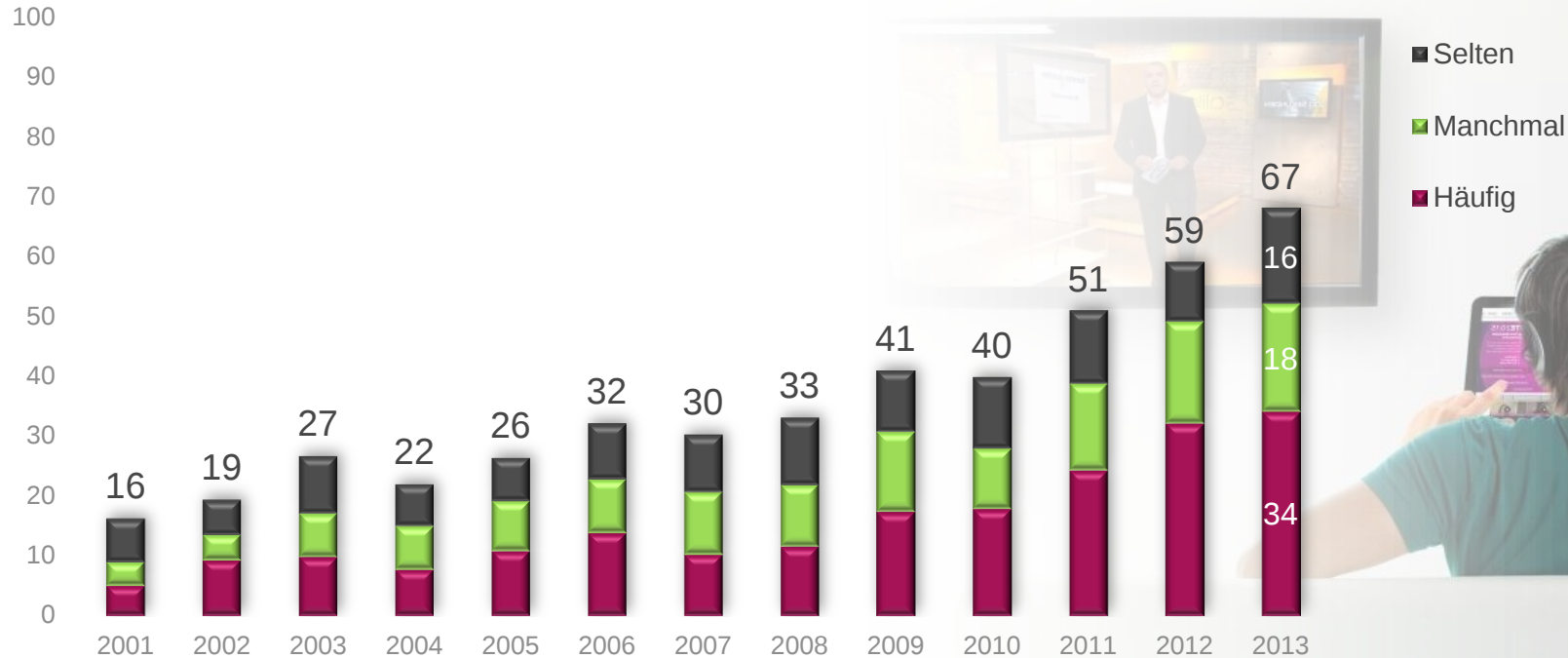
2. Angebote an neues Medienverhalten anpassen: Multi-Screen



Parallelnutzung: Mediales Multitasking

Parallelnutzung TV / Internet

Angaben in Prozent

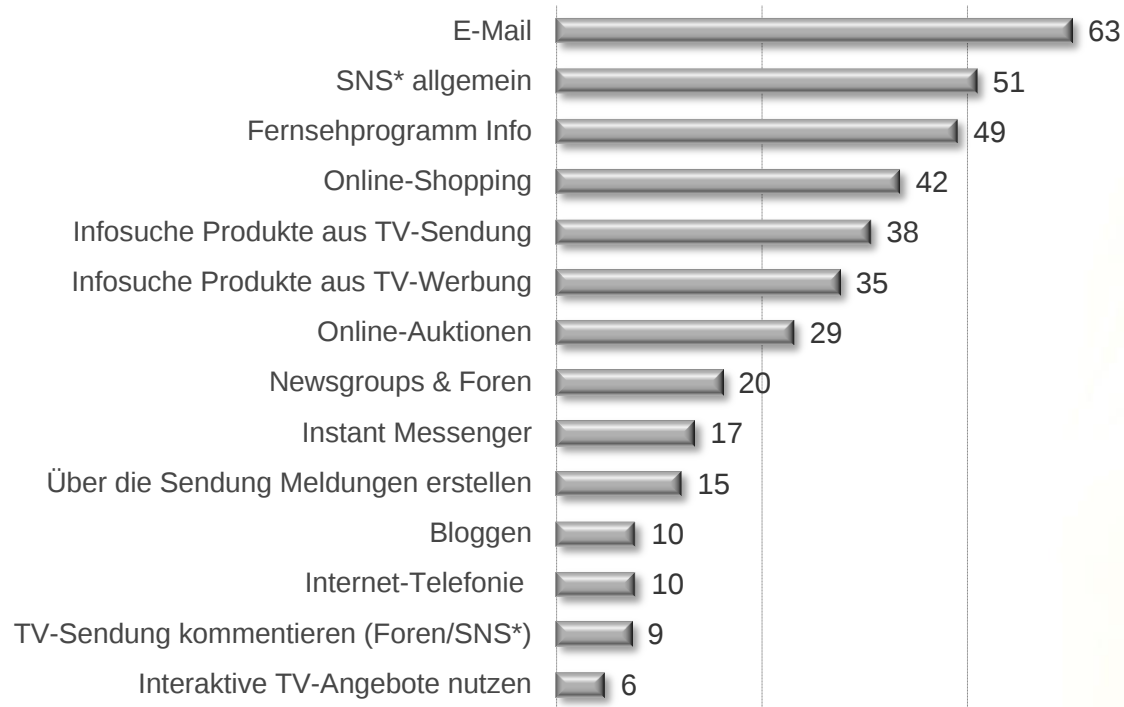


Basis [14-49 Jahre]: 11.659 Fälle
Quelle: SevenOne Media/ mindline media

TV & Internet – mehr als die Summe der Teile

Internetaktivitäten bei Parallelnutzung mit TV

Angaben in Prozent



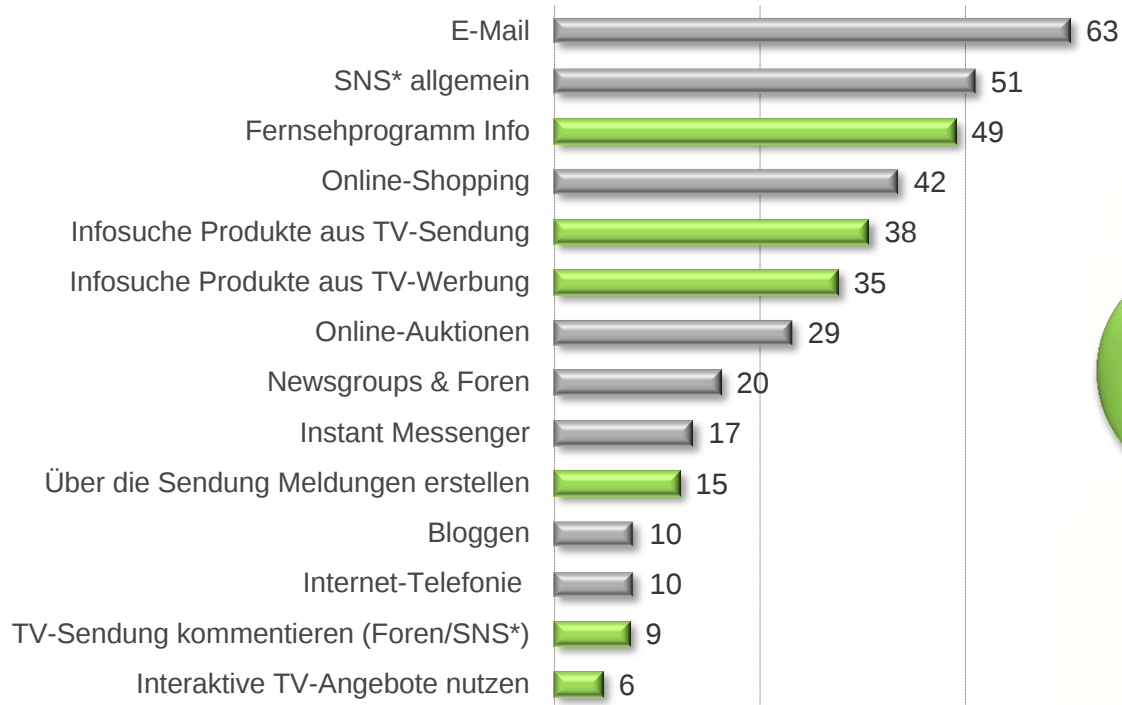
Basis (14-49 Jahre): 611 Fälle; Parallelnutzung TV und Internet mind. selten. Quelle: SevenOne Media / mindline media.

* SNS: Social-Network-Sites

TV & Internet – mehr als die Summe der Teile

Internetaktivitäten bei Parallelnutzung mit TV

Angaben in Prozent



TV-Bezug:
72%

Basis (14-49 Jahre): 611 Fälle; Parallelnutzung TV und Internet mind. selten. Quelle: SevenOne Media / mindline media.

* SNS: Social-Network-Sites

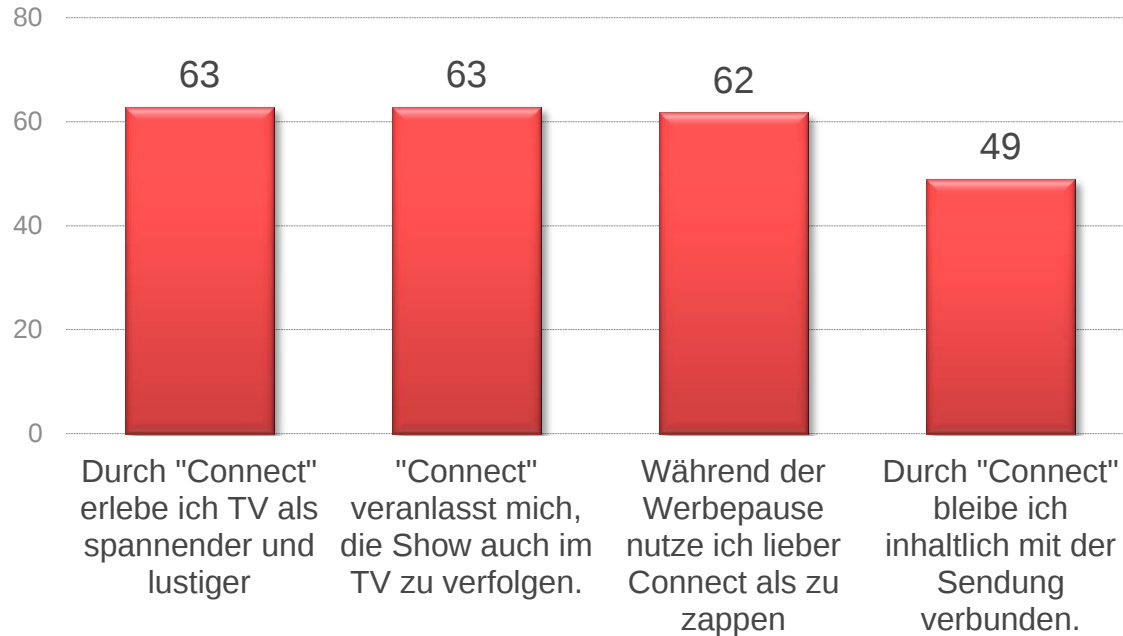
interaktives Social-TV-Angebot, bei dem die Zuschauer:

- näher an ihre Lieblingssendungen und Stars heranrücken
- aktuelle Zusatzinfos zu Sendungen bekommen
- parallel zur TV Sendung mitmachen, mitraten und mitspielen
- sich mit Freunden und anderen Zuschauern über TV Sendungen austauschen
- 1,2 Mio. Unique Visitors seit Juli 2012



Mehr Spaß und erhöhte Formatbindung

Aussagen zu „The Voice Connect“ in %



Derzeit können wir zu folgenden Sendungen Livestreams anbieten:

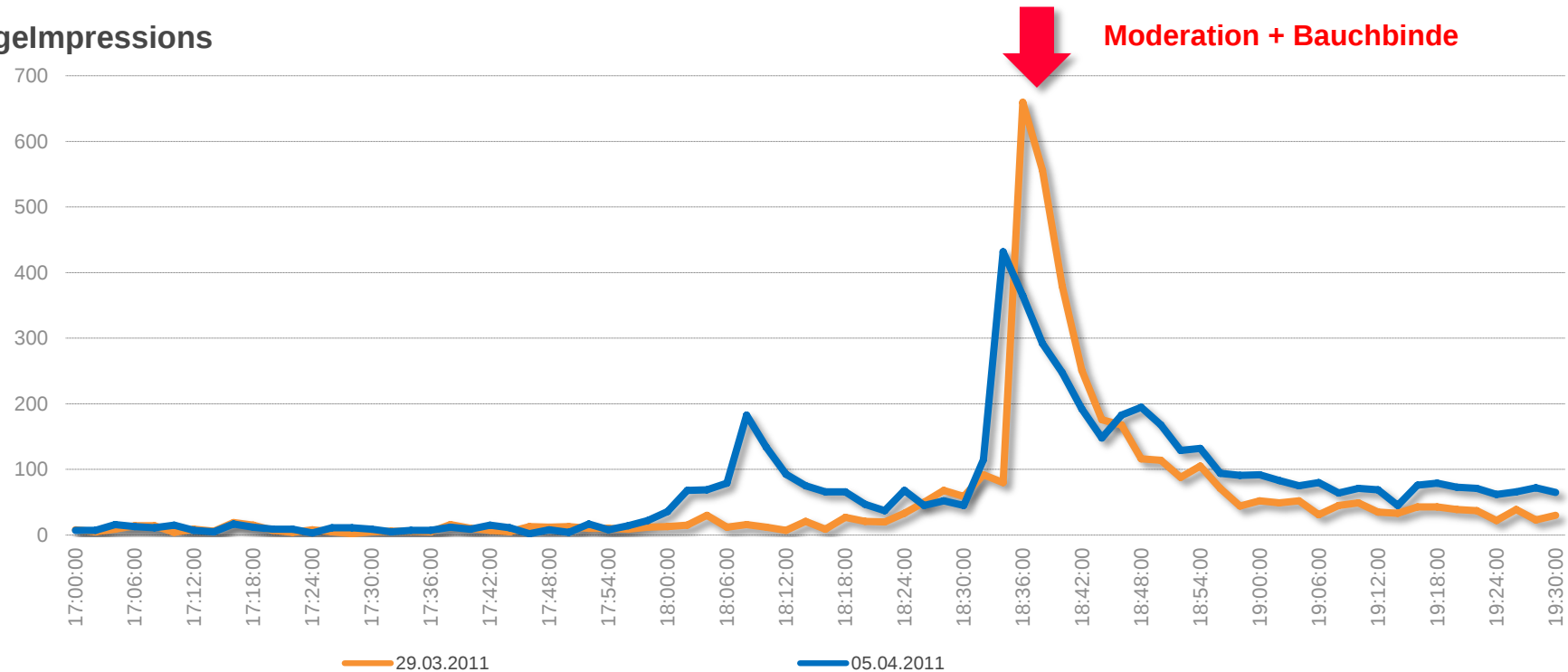
	LIVESTREAM TÄGLICH // 19:05 BIS 20:15
	LIVESTREAM JEDEN MONTAG // 22:15 BIS 23:15
	LIVESTREAM JEDEN DONNERSTAG // 20:15 BIS 22:30
	LIVESTREAM JEDEN DONNERSTAG // 22:30 BIS 23:30
	LIVESTREAM MONTAG BIS DONNERSTAG // 23:10 BIS 00:10
	LIVESTREAM SONNTAG 26. MAI // 22:15 BIS 00:05

3. Aktive Nutzerführung: TV pusht Online pusht TV



Moderation + Bauchbinde führt Zuschauer unmittelbar ins Web

PageImpressions



Basis Quelle: Eigene Messungen, SevenOne Media.
Auswertungszeitraum: 14.02.2011 – 16.05.2011; Durchschnitt: 17.05.-20.05.2011