

# Ein Leben ohne Fernseher?

Dass Digital Natives weniger vor dem TV-Gerät sitzen, ist bekannt. Aber können sie gänzlich darauf verzichten?

## Gastkommentar

••• Von Christoph Auböck  
und Bernhard Redl

WIEN. 82% der Digital Natives, die derzeit noch bei den Eltern wohnen, wollen bei einem Umzug in die eigenen vier Wände einen Fernseher mitnehmen. Mehr als die Hälfte hat schon ein eigenes Gerät, der Rest wird sich ein neues Gerät extra dafür anschaffen.

In der von Media 1 und Media-plus Austria erhobenen Studie „Generation Video“ (14–29-Jährige) konnte festgestellt werden, dass der Fernseher nicht nur für Spielkonsolen oder Video on Demand (VoD)-Angebote genutzt werden wird, sondern dass es auch viele Formate gibt, die nach wie vor für TV prädestiniert sind.

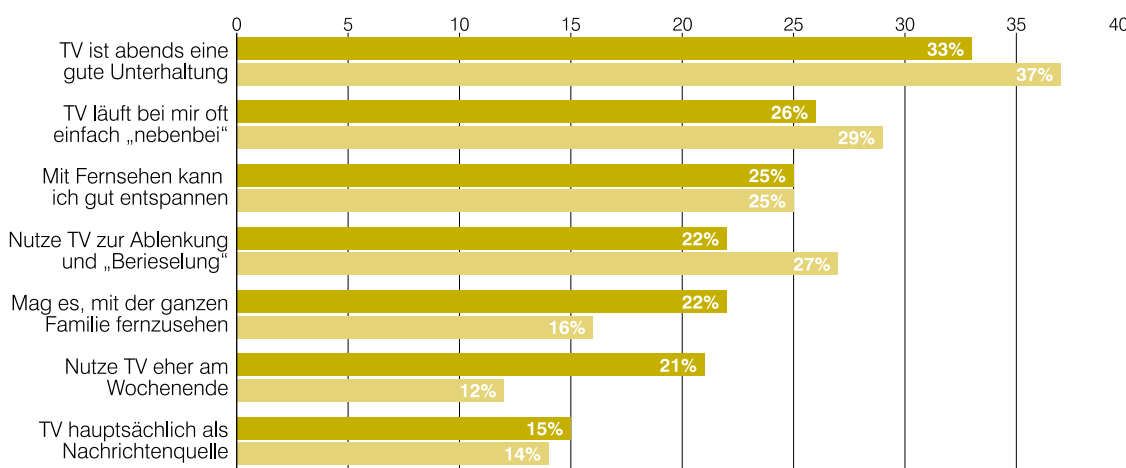
## TV oder nicht TV?

Nachrichten, Sportübertragungen und Kinofilme gehören weiterhin auf den TV-Schirm. Hingegen sieht diese Generation eine geringere Notwendigkeit im TV für Comedy, Reality-Formate, Casting-Shows oder Serien, al-

## Trigger für TV-Nutzung

### Die wichtigsten Gründe für die TV-Nutzung

TopBox ● Generation Z ● Generation Y



Generation Z = 14–22 Jahre, Generation Y = 23–29 Jahre; Quelle: Studie „Generation Video“

### TV-Muffel?

Laut Studie nutzen knapp 11% der 14- bis 29-Jährigen kein lineares TV mehr.

les Formate, die auch auf einem kleinen Screen gesehen werden können – für die Umfeldplanung ist das ein wichtiger Input, um diese Zielgruppe mit hoher Werbewirkung erreichen zu können.

Sport wird zudem nach wie vor einen wichtigen Stellenwert am TV-Gerät einnehmen, zumal der Live-Charakter hier eine wichtige Rolle spielt. Auf der anderen Seite werden Fußballspiele oder Ski-Events gern mit anderen Personen gesehen, auf einem kleinen Screen ist das ein wenig spannendes Erlebnis.

### Inhalte kommen von woanders

Sieht man sich hingegen die TV-Muffel an, also Personen, die kein lineares TV nutzen (knapp 11% der 14- bis 29-Jährigen), dann erkennt man einen gefährlichen Trend, dem aufseiten der

TV-Vermarkter entgegengesteuert werden muss: TV wird nicht genutzt, weil Nachrichten online verfügbar sind, VoD-Angebote das Interesse an Inhalten völlig abdecken können und die Wiederholungen im TV nerven – ein Trend, der in seiner Entwicklung genau beobachtet werden muss.

### Vorschau

In den nächsten Jahren wird TV für die Generation Video weiterhin relevant sein. Im nächsten Artikel lesen Sie, wie sich das Nutzungsverhalten TV vs. VoD nach Ansicht dieser Generation verändern wird.

### Genügend Gründe für TV

Dass das TV-Gerät für den Großteil aber dennoch wichtig ist, zeigen auch die Nutzungsmotive dahinter. Die wichtigsten Gründe für lineares TV sind die zentrale Berieselungsfunktion und die Möglichkeit der abendlichen Unterhaltung (siehe Grafik).

Für jeden Fünften der jüngeren Generation Z (14- bis 22-Jährige) hat TV weiterhin einen Lagerfeuereffekt – man sieht sich Sendungen gern mit der Familie an.



© PantherMediaImagephoto