

## **Studie Screen-Nutzung@Home – diese Bildschirme verwenden Onliner zu Hause**

- 87 Prozent der Onliner nutzen mindestens einen digitalen Screen gleichzeitig mit TV
- Knapp ein Drittel verwendet einen digitalen Screen, wenn sie beim Fernsehen den Raum verlassen
- Die E-Mail gehört abseits der Couch zu den Top-Anwendungen auf den digitalen Screens

**Karlsruhe, 18. Juni 2018.** Multi-Screen-Nutzung zu Hause beschränkt sich nicht auf das Wohnzimmer oder den Raum, wo PC oder Laptop stehen. Welche Bildschirme die Onliner zu Hause auf welche Art verwenden, zeigt die neue Studie „Screen-Nutzung@Home“ von United Internet Media (UIM) zur privaten Gerätenutzung beim linearen Fernsehen. 87 Prozent der Onliner beschäftigen sich beispielsweise während des Fernsehens mit weiteren digitalen Screens. Für sie ist es vollkommen normal, dabei über das Smartphone Nachrichten zu lesen und E-Mails zu beantworten, über das Tablet Informationen zur laufenden Serie zu checken oder am PC das Produkt aus der Werbung im Netz zu shoppen. Mit über 90 Prozent liegt das Smartphone mittlerweile bei der persönlichen Nutzung fast gleichauf mit dem Fernseher. Aber auch der Laptop ist nach wie vor sehr relevant und wird sogar noch stärker genutzt als das Tablet.

### **Wenn ein Bildschirm nicht genügt – außerhalb des Wohnzimmers wird fleißig weitergescreent**

Gemeinsam mit dem Panel-Dienstleister Norstat Deutschland befragte United Internet Media (UIM) online-repräsentativ rund 2.000 Personen. Die Ergebnisse zeigen, dass die Onliner in Deutschland sehr aktiv sind: Im Schnitt verlassen 95 Prozent irgendwann während des Fernsehens den Raum. Als Hauptgründe nannten die Befragten das Aufsuchen des Badezimmers, den Wunsch, „etwas zu holen“, sowie die Zubereitung von Mahlzeiten. Und dabei wird fleißig „weitergescreent“. Fast ein Drittel der Fernsehnutzer verwendet außerhalb des Wohnzimmers ein anderes digitales Gerät. Über 60 Prozent haben beispielsweise das Smartphone dabei und jeder fünfte Tablet-Nutzer nimmt sein Device beim Verlassen des TV-Zimmers mit.

Auch das stationäre Internet hat seinen Platz: Mehr als ein Viertel der befragten PC-Nutzer, die während der Werbepause den Raum verlassen und dabei einen digitalen Screen verwenden, suchen aktiv ihren Desktop-PC in einem anderen Raum auf. „Onliner lassen sich über intelligente Kampagnenstrategien jederzeit erreichen, denn die Geräte begleiten die Nutzer zu Hause in allen Räumen. Mobile- und Multi-Screen-Kampagnen bieten deshalb weit mehr Kontaktmöglichkeiten als einzelne Geräte. Die E-Mail ist dabei eine der zentralen Anwendungen“, sagt UIM CEO Rasmus Giese.

### **E-Mail-Nutzung auf Augenhöhe mit sozialen Netzwerken und Messengern abseits der Couch**

Knapp jeder Zweite der Befragten, die während des Fernsehens außerhalb des Raumes ein digitales Gerät nutzen, schaut in sein digitales Postfach. Damit befindet sich die E-Mail auf Augenhöhe mit sozialen Netzwerken und Messenger-Diensten. Hinsichtlich der Screen-Nutzung bei diesen Tätigkeiten bestätigt das Smartphone seine persönliche Relevanz – es dominiert bei allen drei Tätigkeiten. Bei der E-Mail-Nutzung führt das Smartphone mit im Schnitt rund 60 Prozent, aber auch mit Laptop und Desktop-Computer wird die E-Mail als Anwendung verstärkt genutzt. Im Vergleich zu Messenger und sozialen Netzwerken zeigt sich damit bei der E-Mail eine gleichmäßigere Verteilung hinsichtlich der Screen-Nutzung.

Die komplette Studie gibt es als kostenlosen Download unter: [united-internet-media.de](http://united-internet-media.de)

### **Studiensteckbrief:**

Name der Studie: Screen-Nutzung@Home  
Erscheinungsdatum: Juni 2018  
Panel-Dienstleister : Norstat Deutschland  
Stichprobe: Online-repräsentative Rekrutierung im Online Access Panel  
Bezug: kostenloser Download über [united-internet-media.de](http://united-internet-media.de)

### **Über United Internet Media**

United Internet Media (UIM) ist der exklusive Mediavermarkter der United Internet AG. Zum Angebot des Spezialisten für Branding- und Dialog-Produkte gehören die konzerneigenen Portale WEB.DE, GMX und 1&1 sowie die Partnerportale Gelbe Seiten, Das Örtliche und Das Telefonbuch. Mit 38,86 Millionen Unique Usern im Monat (AGOF digital facts 2018-05) gehört das UIM Portfolio zu den reichweitenstärksten Online-Angeboten in Deutschland. Dank einer intensiven Nutzung über alle Endgeräte hinweg bieten insbesondere die E-Mail-Portale einen schnellen Reichweitaufbau mit hohem Werbedruck. Die Werbelösungen für Branding bestehen aus exklusiven Großformaten und Bewegtbild sowie etablierten Standardwerbeformen – mit hoher Visibilität und nachgewiesener Wirksamkeit. Speziell auf unterschiedliche Nutzersituationen und Endgeräte zugeschnittene Premium-Werbeformate erlauben ein leistungsstarkes Multi Screen Advertising. Sämtliche Kampagnen lassen sich mit dem führenden UIM Quality Targeting zielgruppengenau und endgeräteunabhängig aussteuern. Die hohen Reichweiten und Nutzungsfrequenzen seiner E-Mail-Marken setzt UIM auch gezielt für das digitale Dialogmarketing ein. Mit innovativen Lösungen für Leadgenerierung, Empfehlungsmarketing, E-Mail Marketing, Werbeprospekte und Trusted Services deckt UIM hier die ganze Bandbreite ab. Bereits über 250 Top-Versendermarken setzen auf das Gütesiegel trustedDialog für den sicheren und vertrauensvollen Kundendialog. UIM unterhält Standorte in Karlsruhe und München sowie Niederlassungen in Hamburg, Düsseldorf und Wien.

### **Ansprechpartner für die Presse**

United Internet Media GmbH  
Kay Städele  
Senior PR Manager  
Braucherstr. 48  
76135 Karlsruhe  
Telefon: +49 / (0) 721 / 91374-1848  
E-Mail: [kay.staedele@united-internet-media.de](mailto:kay.staedele@united-internet-media.de)