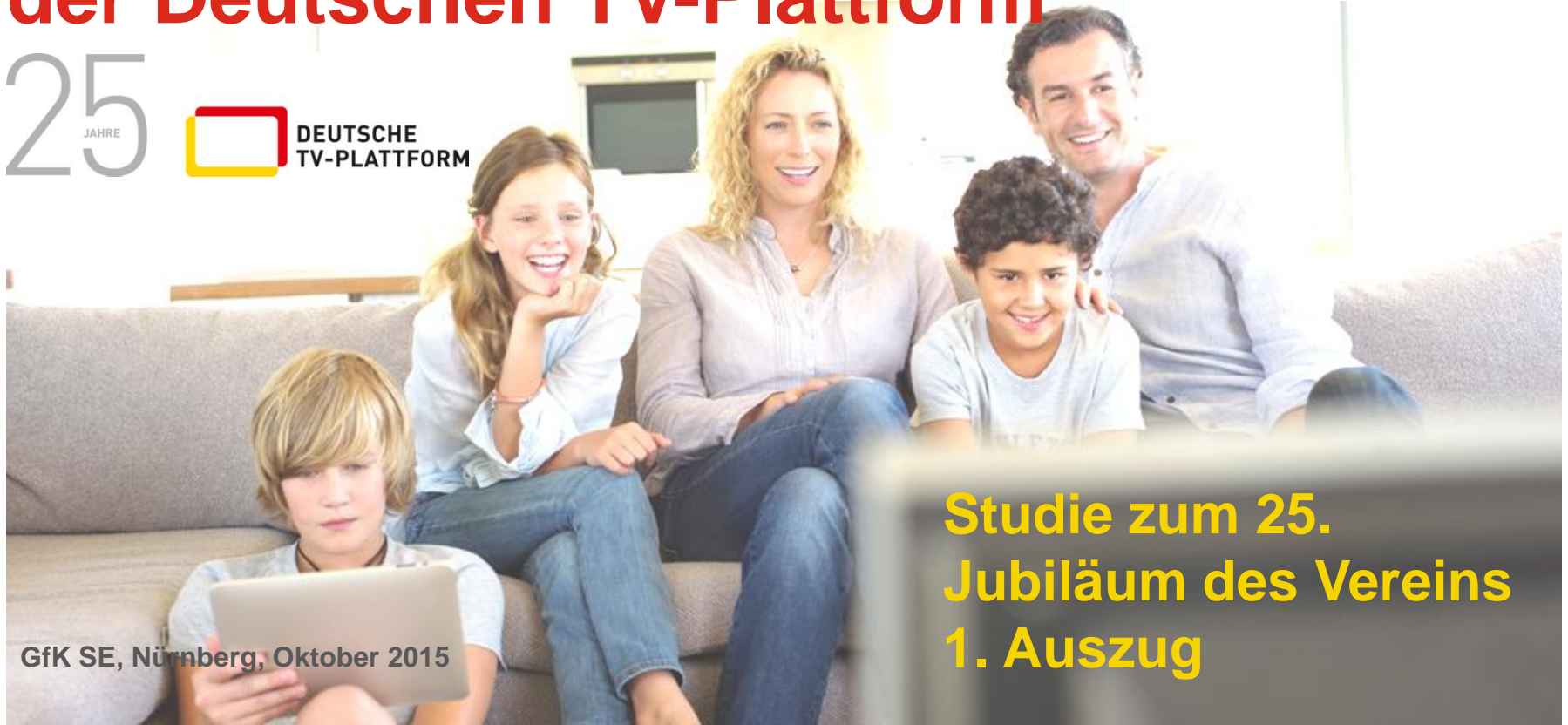


Die große Zuschauer-Umfrage der Deutschen TV-Plattform



25
JAHRE



**Studie zum 25.
Jubiläum des Vereins
1. Auszug**

GfK SE, Nürnberg, Oktober 2015

Fernsehen im Wandel der Zeit

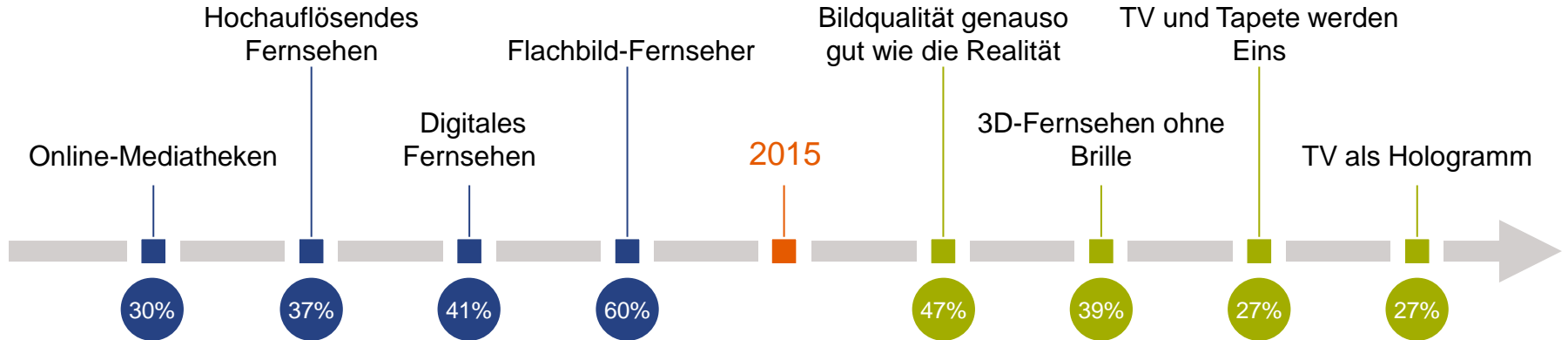
Das Fernsehen im Wandel der Zeit

25
JAHRE

DEUTSCHE
TV-PLATTFORM



Der Flachbildfernseher ist für die Verbraucher die größte TV-Innovation der letzten 25 Jahre – Bildqualität spielt in Zukunft die größte Rolle



Wichtigste Innovationen der Vergangenheit aus Sicht der Verbraucher

Meistgenannte Wünsche für die Zukunft

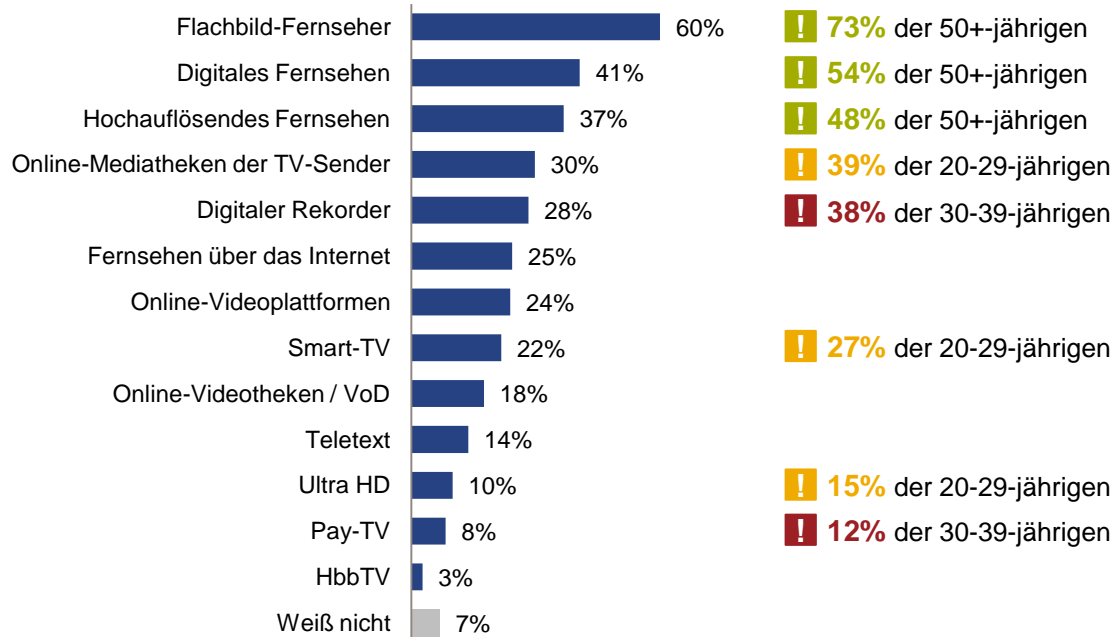
A05: Welche der Folgenden sind für Sie persönlich die wichtigsten TV-Innovationen der letzten 25 Jahre? Basis: Alle TV/Video-Nutzer (n=996)

A07: Im Folgenden sehen Sie einige Zukunftsideen rund um das Thema Fernsehen. Welche dieser Innovationen würden Sie sich persönlich wünschen? Basis: Alle TV/Video-Nutzer (n=996) - Mehrfachnennungen

Die wichtigsten TV-Innovationen der Vergangenheit

Der Flachbild-Fernseher wird von 60% als größte Innovation wahrgenommen

Wichtigste TV-Innovationen der letzten 25 Jahre



Zukunftsideen zum Thema Fernsehen

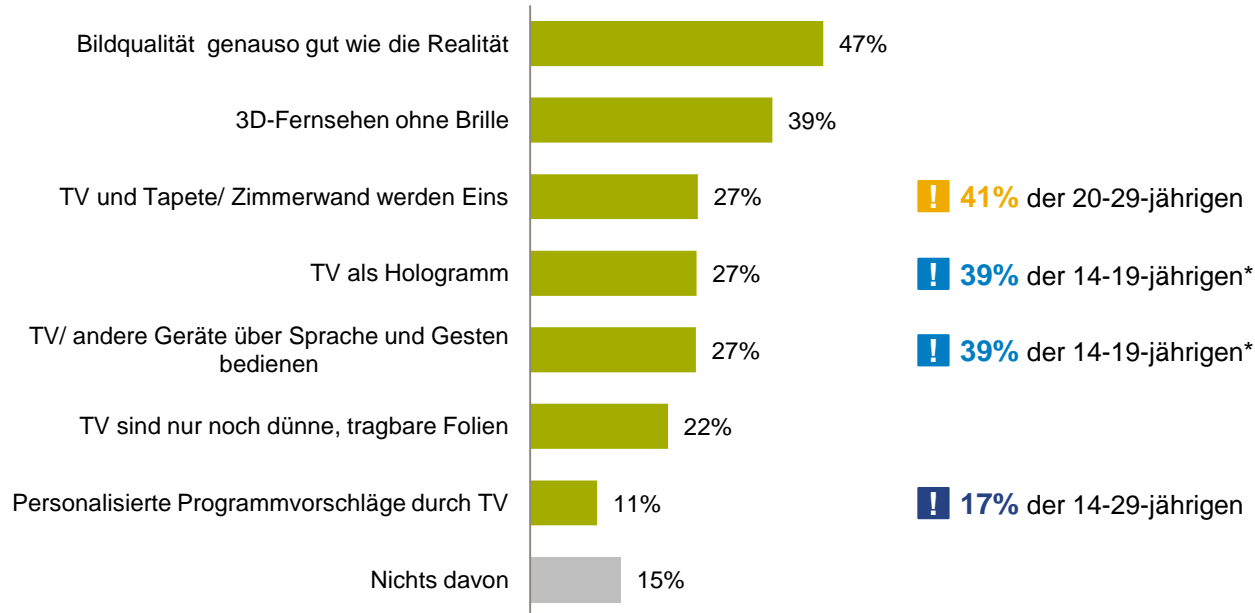
25
JAHRE

DEUTSCHE
TV-PLATTFORM



Am wichtigsten ist für die Befragten in Zukunft die Bildqualität

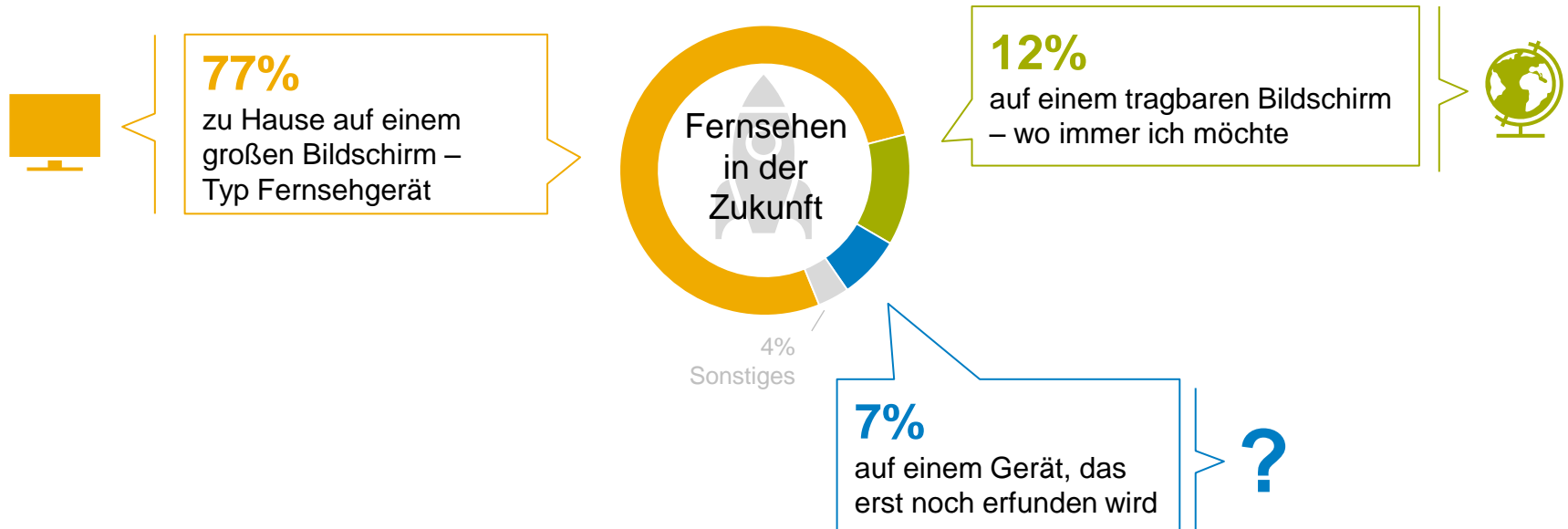
Zukunftsideen rund um das Thema Fernsehen



A07: Im Folgenden sehen Sie einige Zukunftsideen rund um das Thema Fernsehen. Welche dieser Innovationen würden Sie sich persönlich wünschen?
Basis: Alle TV/Video-Nutzer (n=996) – Mehrfachnennungen; *geringe Fallzahl (n<100)

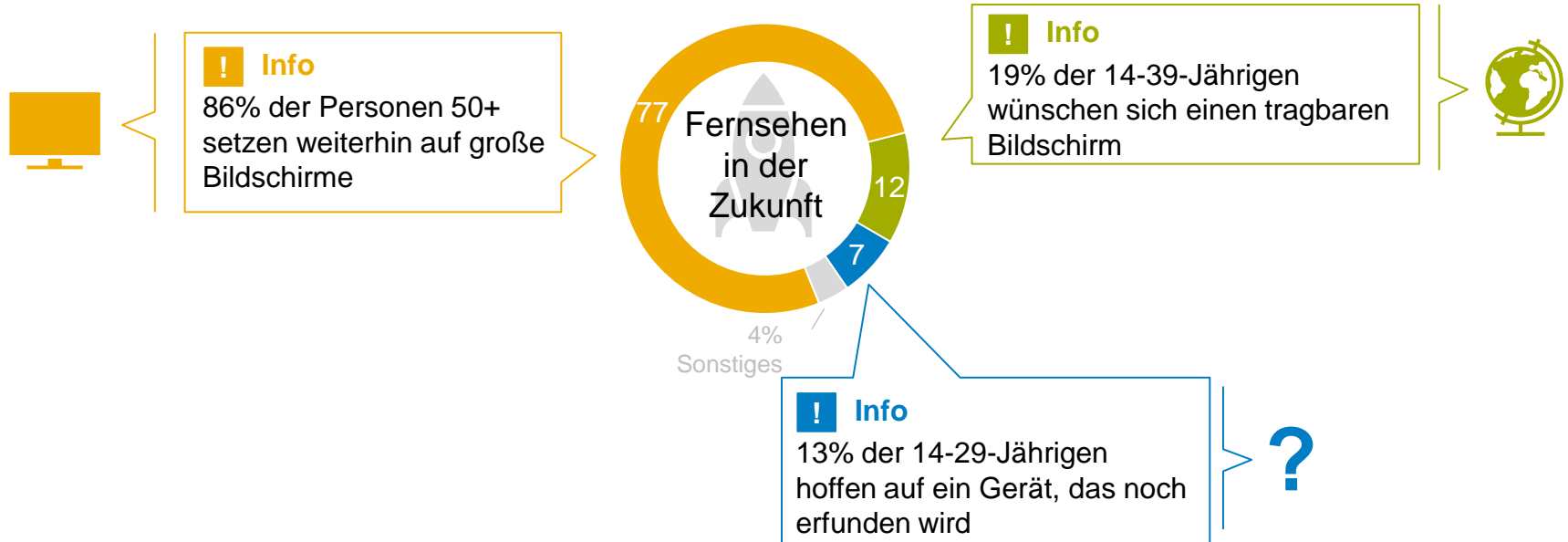
Ein Blick in die Zukunft

Große, stationäre Bildschirme sind aus Sicht der Konsumenten auch in Zukunft das wichtigste Gerät zum Fernsehen



Ein Blick in die Zukunft

Junge Konsumenten (14-29/39 Jahre) denken an mobile Endgeräte, und solche, die noch erfunden werden müssen



Methode

Methode

Zielpersonen

- 1.005 private Online User (Männer und Frauen) 14+ in der Bundesrepublik Deutschland, davon 996 die TV-Programm/Videos zumindest gelegentlich schauen
- Grundgesamtheit: ca. 55.058.000 Personen

Auswahl

- Rekrutierung aus dem Panel der GfK SE “askGfK”
- Quotierung auf die Merkmale Geschlecht, Alter und Nielsen-Gebiet

Befragungstechnik

- Strukturierter Fragebogen per CAWI (Computer Assisted Web Interview)

Befragungszeitraum

- 22.10.2015 bis 27.10.2015