



WIE WIR HEUTE FERNSEHEN



Früher war alles schön einfach:

mit der Tagesschau um 20 Uhr begann der gemütliche Fernsehabend, die Familie sammelte sich im Wohnzimmer. Heute machen wir Binge Watching, streamen Filme, zocken Videospiele oder zelebrieren die großen Fernseh-Events wie Fussball-WM oder ESC – und das am liebsten in Gesellschaft: „Social Watching“ ist das neue Fernsehphänomen im Zeitalter von Netflix & Co., laut einer aktuellen Umfrage von YouGov im Auftrag von Samsung.

Zusammen schaut man weniger allein

Dank Netflix und Co. können wir heute flexibler fernsehen als je zuvor. Was wir uns wann und wo anschauen, wird durch Online-Mediatheken, Streaming-Dienste und On-Demand-Angebote immer unabhängiger und individueller. Aber führt der Trend zur Individualisierung auch dazu, dass wir vor dem Fernseher vereinsamen? Oder – ganz im Gegenteil – bringt uns das Phänomen Social Watching sogar enger zusammen?



SOCIAL WATCHING

Ich und meine #couchcrew

62 Prozent der Deutschen sitzen lieber gemeinsam vor dem Fernseher als allein – und je größer das TV-Ereignis, desto größer das Bedürfnis nach Social Watching. Laut einer Umfrage von YouGov im Auftrag von Samsung* sieht über die Hälfte (51 Prozent) Serien gerne in Gesellschaft, zwei von drei (66 Prozent) wollen bei Filmen nicht allein auf der Couch sitzen und 72 Prozent erleben Events wie eine Fußball-WM lieber gemeinsam.



Traute Zweisamkeit schlägt Rudelbildung

Gesellschaft beim Fernsehen tut gut – „the more the merrier“ gilt beim Social Watching aber nur manchmal: Bei Filmen und Serien reicht den meisten der Partner oder die Partnerin auf dem Sofa; nur bei Events wie Fußball, Olympia oder ESC schlägt Rudelbildung die traute Zweisamkeit. Mehr als jeder Dritte (37 Prozent) will dann gerne eine richtig große Couchcrew vor dem Fernseher versammeln.



Streams are my reality

Fast die Hälfte der Deutschen nutzt regelmäßig Video-Streaming-Plattformen. Vier von zehn (43 Prozent) Fernsehzuschauern durchforsten zumindest gelegentlich das Angebot von YouTube, Netflix, Vimeo oder Amazon Prime. Unter den 18- bis 24-Jährigen nutzen mit 80 Prozent inzwischen mehr Zuschauer Streaming-Anbieter als herkömmliche TV-Sender, die immerhin noch von 67 Prozent eingeschaltet werden.



Binge Watching sorgt für Gemeinschaftsgefühl

Beim Binge Watching wird das Fernsehen endgültig zum sozialen Erlebnis: Über ein Drittel der Deutschen hat sich schon mal zum gemeinsamen Serienmarathon verabredet. Bei den 18- bis 24-Jährigen sind es sogar sieben von zehn (71 Prozent). Ganze 91 Prozent der jungen Serienfans tauschen sich im Nachhinein persönlich mit Freunden und Familie über das Gesehene aus.

Smarte TVs bringen Leben in die Bude

TVs sind heute nicht mehr nur Fernseher: Fast die Hälfte (45 Prozent) der Deutschen nutzt das Gerät auch, um Fotos anzuschauen, Informationen aus dem Internet zu beziehen oder Videogames zu spielen. Dank Smart TVs wird das Wohnzimmer also auch zum Ort für Social Gaming: Statt einfach nur einsam vor sich hin zu daddeln, treffen sich über ein Viertel (27 Prozent) der Gamer regelmäßig zu Hause mit Freunden, um zusammen zu zocken. Geteilte Freude ist eben doppelte Freude.



27% ZOCKEN ZUSAMMEN