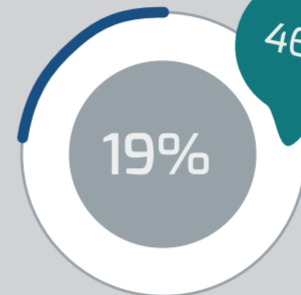
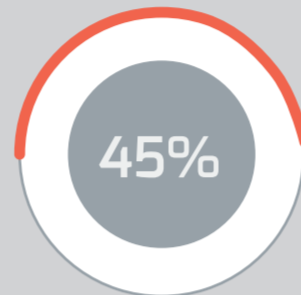
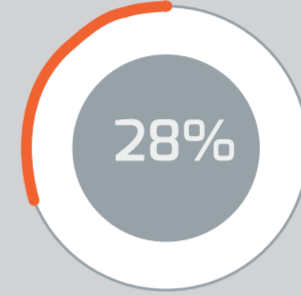


Nachrichten

Apps für Nachrichten sind die am häufigsten genutzten Smart-TV Apps in Deutschland (60%), Zusätzlich können sich 25,5% der Zuschauer vorstellen, solche Apps zukünftig zu nutzen. Dieser Wert stieg 2014 im Vergleich zum Vorjahr um 43,4%.



46%



Unterhaltung

45% der deutschen Smart-TV Nutzer setzen Entertainment-Apps ein. Musik- und Radio-Apps sowie Photo- und Video-Apps sind ähnlich stark beliebt.

Social Media

28,5 % der Smart-TV App Nutzer greifen in Deutschland auf Apps der Kategorie Social Media oder Social-TV zu. Dieser Wert ist gegenüber 2013 um 6,9% gestiegen.

Wetter

Wetter-Apps werden von 58,5% der Smart-TV App-Nutzer in Deutschland verwandt.

Bildung

Bildungs-Apps auf dem Smart-TV haben das größte Potential: nur 19% der Smart-TV App Nutzer greifen auf solche Apps zu, 46% der Zuschauer können sich dies jedoch vorstellen.



Hauptnutzungszeit zwischen 17h und 23h

PL

Geräte oft nicht benutzerfreundlich

Smart-TV Beiztzer

D

männlich (70,2%)

zwischen 40 und 59 Jahren

Fernbedienungen oft überladen

PL

seit 2013 weltweit mehr Smart-TVs als Spielekonsolen mit dem Internet verbunden

D

überdurchschnittliches Haushaltseinkommen

UVK

Studien:
o.V., Smart-TV Effects 2014-1, TOMORROW FOCUS Media, 2014, München
Malkiewicz et. al., Is Smart TV Really Smart?, Witflow, 2014, Wroctaw (Polen)
o.V., Connected TV Forecasts, Digital TV Research, 2014, Harrow, Middlesex (UK)

Grafiken:
Templates auf Basis von www.freepik.com (mit Anpassungen).