

Social TV

Die Internetrevolution des Fernsehens?

22. Chefrühstück

11. November 2014

Prof. Dr. Thomas N. Friemel

#tvduell

34% nutzen Second Screen

64% E-Mail

51% Soziale Netzwerke

49% Hintergrundinformationen

42% Shopping

38% Produkte in Sendungen

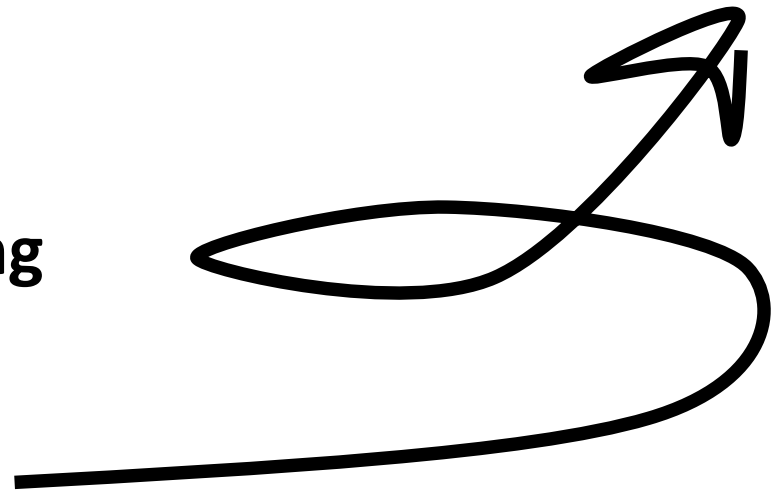
35% Produkte aus der Werbung

15% Sendungsbezogene Posts

9% Foren & Blogs

6% Interaktive Beteiligung

(Quelle SevenOne 2013; n=1'010)

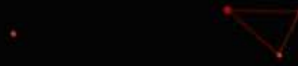


50%

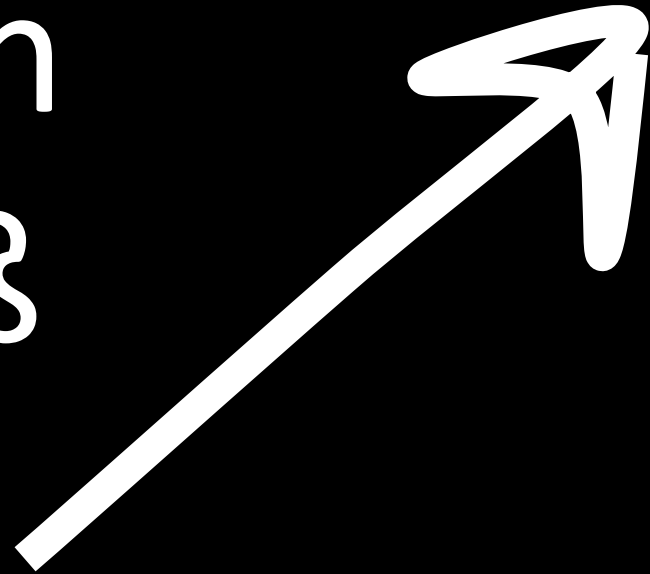
+7 Audience

(Nielsen 2014)

Online Social TV Netzwerk



43% haben
mehr Spaß
durch



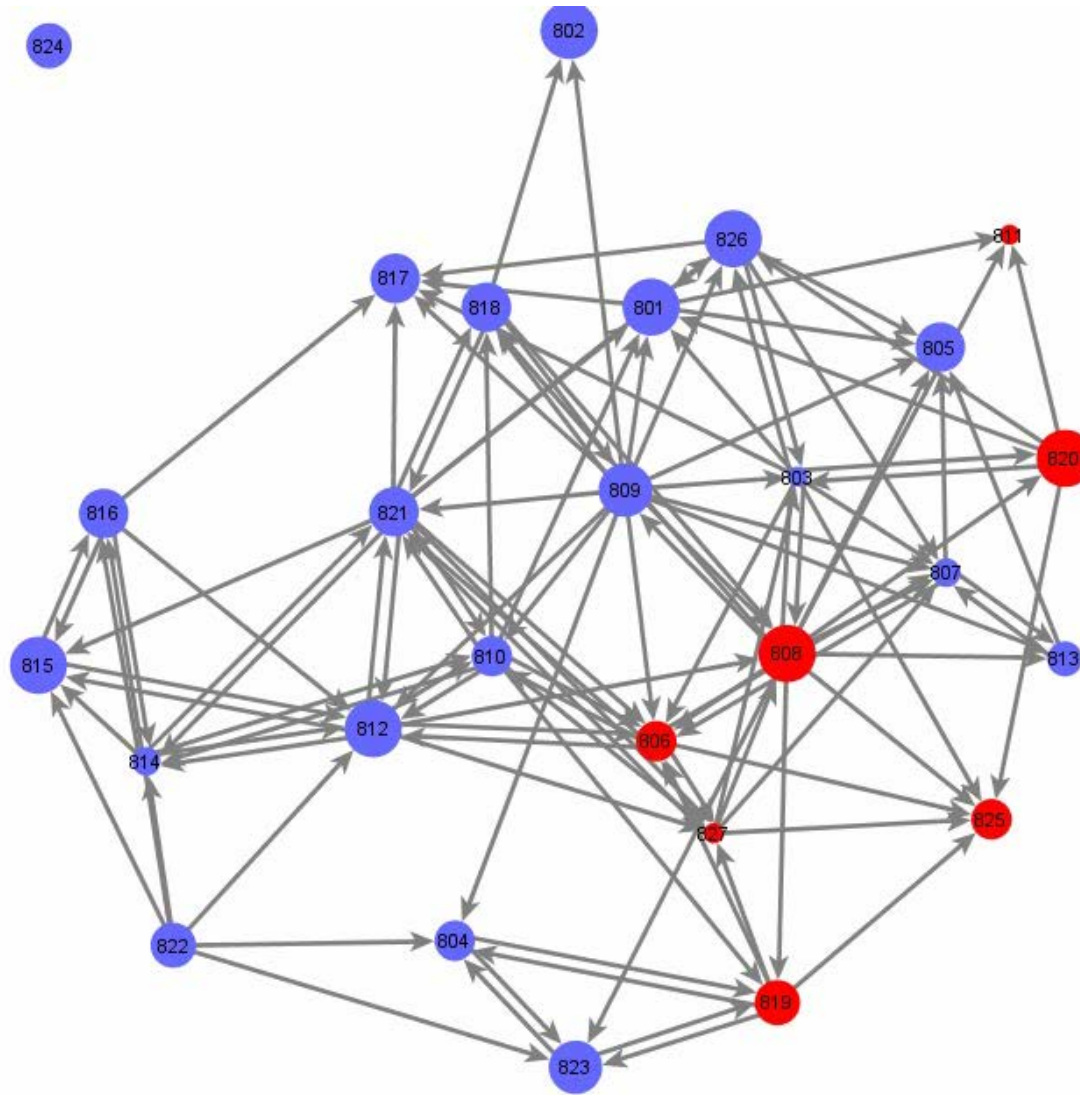
Onlinekommunikation

(SevenOne 2013)

Social TV Labor



TV-Nutzung und soziales Netzwerk in Schulklassen



SFB/TRR Antrag

Kommunikative Figurationen

ZeMKI-Lab Vernetzte Kommunikation

Prof. Dr. Thomas N. Friemel

friemel@uni-bremen.de