

GOLDBACH ADVANCED-TV-STUDIE BELEGT: WERBEAKZEPTANZ IM CONNECTED TV NIMMT ZU

Goldbach hat im Januar und Februar 2021 bereits zum vierten Mal ihre Advanced TV (früher Smart TV) Studie im DACH-Raum durchgeführt. Dass der Smart TV im Wohnzimmer angekommen ist, haben schon die Zahlen der vergangenen Jahre belegt. Connected TV hat sich mittlerweile als paralleles Angebot zum klassischen TV etabliert, das Interesse ist vor allem wegen der einfachen und flexiblen Nutzung und des vielfältigen Angebots sehr hoch. Die aktuelle Studie belegt darüber hinaus, dass jüngere Zielgruppen vermehrt App und VOD Angebote nutzen und die Akzeptanz für Werbung signifikant zunimmt.*

Der Connected TV hat sich seinen Platz im Wohnzimmer längst erobert. 74 Prozent aller DACH-Haushalte verfügen über zumindest ein internetfähiges Gerät. Besonders interessant: im Vergleich zum Vorjahr ist die Anzahl eines zweiten Gerätes im Haushalt um 43% gestiegen. 70% der 16- bis 49-Jährigen nutzen den Connected TV, die Hälfte von ihnen sogar regelmäßig.

Die Nutzung der internetfähigen Zusatzfunktionen erfolgt bei 71% aller Befragten heute am häufigsten direkt über Smart-TV-Geräte. Die übrigen Befragten verwenden Peripheriegeräte wie Streaming-Boxen, Streaming Sticks oder Spielekonsolen. In der Zielgruppe der 30- bis 49-Jährigen liegt die Nutzung über den Smart TV sogar bei 76% der Befragten. Der Connected TV ist wie auch das klassische lineare Fernsehen ein One-to-many-Medium. Im Schnitt sitzen 2,3 Personen zusammen vor dem Big Screen. Die durchschnittliche Nutzungsdauer von Internetfunktionen über das TV-Gerät ist gegenüber dem Vorjahr um 30 Minuten auf 2,5 Stunden gestiegen.

Welche Inhalte werden konsumiert?

Die Nutzung von HbbTV/RedButton-Inhalten hält sich stabil auf hohem Niveau (62%). Im Schnitt um 8% zum Vorjahr gesteigert hat sich die Nutzung bei Apps und VOD-Funktionen: 87% nutzen diese, 62% sogar regelmäßig. Hier sticht vor allem die junge Zielgruppe heraus, 93% der 16- bis 29-Jährigen nutzen Apps/VOD, 73% regelmäßig. Besonders häufig

werden Streaming-/VOD-Apps (84%) verwendet, gefolgt von TV-Apps (46%), Musik-Apps (27%) und Sport-Apps (23%). Als Erklärung für die starke Frequenz werden bei allen Zielgruppen der einfache Zugang zu mehr Inhalten und flexiblere Sehmöglichkeiten genannt.

Akzeptanz für Werbung steigend

Nutzerinnen und Nutzer von Connected TV verwenden durchschnittlich 2,5 kostenpflichtige und 3 kostenfreie Apps. Dafür werden monatlich zwischen 10 und 29 Euro ausgegeben. Zwei Drittel der Nutzerschaft von kostenpflichtigen Apps würden dabei Werbung akzeptieren, wenn die Inhalte kostenlos wären. 42% der Connected-TV-Nutzenden nehmen dabei die Werbung im Connected-TV-Umfeld wahr. Für 50% der 30- bis 49-Jährigen ist Werbung vollkommen in Ordnung, 55% der 30- bis 69-Jährigen finden sogar, Werbung gibt nützliche Hinweise über Produkte und 44% empfinden Werbung als hilfreich.

Josef Almer, Geschäftsführer Goldbach Austria zur Studie: «Connected TV ist zum festen Bestandteil unserer Fernsehgewohnheiten geworden und hat sich als Angebot auf Augenhöhe zum klassischen TV etabliert. Als one-to-many-Medium können wir hier vor allem jüngere Zielgruppen erreichen. Für uns als Vermarkter besonders erfreulich ist dabei die deutlich gestiegene Akzeptanz für Werbung und werbefinanzierte Inhalte im Bereich Advanced TV. Durch sich stetig weiter entwickelnde Technologien bietet Connected TV ein spannendes und überdurchschnittlich schnell wachsendes Werbeumfeld, das heute in keinem Mediaplan mehr fehlen sollte.»

Goldbach Austria hat im Bereich Advanced TV zuletzt ein breites Portfolio an Werbemöglichkeiten aufgebaut. Dazu gehören Addressable TV Angebote sowie innovative Smart-TV- und Connected-TV-Produkte.

**Die aktuelle Studie wurde auf Connected TV ausgeweitet. Damit ist die Vergleichbarkeit mit den Ergebnissen der Vorjahre nur bedingt möglich.*

3879 Zeichen inkl. Abstände

Über Goldbach Austria GmbH

Die Goldbach Austria GmbH umfasst Goldbach Audience Austria und Goldbach Media Austria und vermarktet Medien und Angebote aus den Bereichen TV, Online, Mobile,

Advanced TV und Digital Out-of-Home. Beratungs- und Abwicklungskompetenz mit klarem Fokus auf intelligente Multi-Screen-Vernetzung und effiziente Zielgruppenansprache stehen bei uns im Vordergrund. Markenbotschaften werden auf dem richtigen Bildschirm zum richtigen Zeitpunkt der richtigen Person ausgespielt. Dabei setzen wir in allen von uns vermarkteten Mediengattungen auf die optimale Kombination aus großer Reichweite, hochwertigen Werbeumfeldern und innovativen Produkten, um Werbekunden bestmöglich anzusprechen. Die Goldbach Austria GmbH ist eine Tochtergesellschaft der Goldbach Group AG mit Sitz in Küsnacht Zürich. Die Goldbach Group AG ist in der Schweiz, Österreich und Deutschland tätig und ist ein Unternehmen der TX Group.