

# AUF DEM VORMARSCH: SMART TV-NUTZUNG

*Die Nutzung von Smart TV-Funktionen ist mitten in unserer Gesellschaft angekommen. Das zeigt die neue Smart TV DACH Studie der Goldbach, welche die Entwicklung dieser digitalen Mediengattung nunmehr im dritten Jahr in Folge untersucht. Es lässt sich zusammenfassend sagen: Die Nutzung von Smart TV ist endgültig bei allen Generationen angekommen, die regelmäßige und tägliche Nutzung steigt enorm und die Akzeptanz als Werbemedium ist hoch. Unter dem Titel „Rising Star Smart TV – neue Möglichkeiten in einer digitalen Welt“ wird die Studie heute veröffentlicht und steht auf der [Goldbach-Website zum Download zur Verfügung](#).*

Neben der Verbreitung von Smart TV-Geräten in DACH-Haushalten wurde die Anschlussquote der Geräte ans Internet untersucht sowie die Nutzung der zusätzlichen Services abgefragt. Verbreitung und Anschlussquote waren in den Jahren zuvor bereits sehr hoch. Heute haben 80 Prozent der Haushalte nach eigenen Angaben einen Smart TV, eine Steigerung um 4 Prozent gegenüber dem Vorjahr, 88 Prozent davon sind angeschlossen. Enormes Wachstum ist - über alle Generationen - in der Nutzung der Funktionen sichtbar: 75 Prozent der Befragten im DACH-Raum bestätigten, die Funktionen auf dem Smart TV zu nutzen. Das macht eine Steigerung um 4 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Die regelmäßige Nutzung stieg im Schnitt zum Vorjahr um 10 Prozent und die tägliche Nutzung ist dabei gegenüber dem Vorjahr sogar um 14 Prozent gestiegen.

Erstmals wurden in der Studie auch die konkreten Funktionen in der Nutzung abgefragt. Unterschieden wurde hier in HbbTV und App/VoD-Angebote sowie einzelne Unterkategorien dieser Angebote. Ebenfalls untersucht wurde die Werbeakzeptanz im Umfeld der zusätzlichen Funktionen auf dem Smart TV. Bei rund 40 Prozent der Nutzer ist

Werbung auf dem Smart TV akzeptiert. Vor allem die jüngere Generation findet Werbung auf dem Smart TV vollkommen in Ordnung und informativ.

Frank Möbius, Managing Director der Goldbach Germany, dazu: „Der Bereich Smart TV ist seit Gründung der Goldbach Germany ein wichtiger Bestandteil unseres Vermarktungsportfolios. Diese noch relativ neue digitale Mediengattung vereint die Vorteile aus TV- und Online-Welt: Lagerfeuer-Feeling gepaart mit vielfältigen Targeting-Optionen. Durch die nun nachgewiesenen hohen Verbreitung und Nutzung wird Smart TV in Zukunft ein wichtiger Teil in der Kommunikation werbetreibender Unternehmen werden.“

**Weitere Informationen:**

Goldbach Germany GmbH  
Public Relations, Verena Adami  
[Verena.Adami@Goldbach.com](mailto:Verena.Adami@Goldbach.com)  
[www.goldbach.com](http://www.goldbach.com)