

Werbeakzeptanz steigt

Goldbach Advanced-TV-Studie belegt: Connected TV hat sich inzwischen etabliert. Auch die regelmäßige Nutzung von Smart TV-Apps nimmt zu.



© PantheonMedia/mady70 (VAYMicro)

Der Bereich Connected TV hat sich seinen Platz im Wohnzimmer längst erobert. 74% aller D-A-CH-Haushalte verfügen über zumindest ein internetfähiges Gerät. Besonders interessant: Im Vergleich zum Vorjahr ist die Anzahl eines zweiten Geräts im Haushalt um 43% gestiegen. 70% der 16- bis 49-Jährigen nutzen Connected TV, die Hälfte von ihnen sogar regelmäßig, so die Ergebnisse der von Goldbach Media bereits zum vierten Mal durchgeführten

70%

Nutzung

Über 70% der 14- bis 16-Jährigen nutzen Connected TV; 50% regelmäßig, die höchste Nutzung gibt es in Deutschland und Österreich.

Untersuchung „Goldbach Advanced TV Studie 2021“.

Nutzung über Smartphone

Ein weiteres Detail der Studie: 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 Smart

Facts

Studie No. 4

Goldbach hat im Jänner und Februar 2021 bereits zum vierten Mal ihre Advanced TV (früher Smart TV)-Studie im D-A-CH-Raum durchgeführt. Dass 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.