

Die smarte TV-Zukunft

ShowHeroes gehen in einer Studie der Zukunft von Connected TV nach – und der Frage, wie Smart TV genutzt werden wird.

••• Von Dinko Fejzuli



© PantherMedia.net/classenlayouts

Zahlreiche Studien, beispielsweise auch die multinationalen Screenforce-Untersuchungen „Mapping The Mood“ oder „Mapping The Impact“, attestieren dem großen Screen die größte Werbewirkung, da Spots in voller Länge, Größe und mit Ton ausgespielt werden.

Um genauere Daten genau für diesen Bereich zu erhalten hat die ShowHeroes Group, ein global agierender, unabhängiger Anbieter von Videolösungen für digitale Bereitsteller von Inhalten und Werbung schaltende Unternehmen, gemeinsam mit dem Institut COG Research das

Nutzerverhalten und die Aufmerksamkeit bei Connected TV (CTV) analysiert.

Und ein Fazit der Studie war: Für Werbetreibende gewinnt CTV enorm an Bedeutung, zumal ihm bereits 80% der europäischen Konsumenten gegenüber klassischem Live TV den Vorzug geben; in Österreich sind es sogar 82%. Das Studienergebnis mag auch für die Zuschauer selbst überraschend sein: Sie nehmen Werbung aufmerksamer wahr, als ihnen selbst bewusst ist. Vor allem deutlich aufmerksamer als auf den weit verbreiteten Kurzvideo-Apps wie etwa Instagram oder TikTok. Für die Wahrnehmung ist das

Umfeld entscheidend. 67% der Studienteilnehmer bevorzugten Werbung, die in Bezug auf den konsumierten Content relevant ist. In Österreich nehmen 35% der User Werbung im Connected TV als relevanter, qualitativ besser und auch kürzer als auf anderen Plattformen wahr.

„Positive Erfahrung“

„Connected TV bietet den Zuschauerinnen und Zuschauern eine positive Erfahrung mit Werbung, wovon Werbetreibende durch höhere Aufmerksamkeit und bessere Erinnerung sowie stärkere Interaktion profitieren“, folgert Fritz Strobl (ShowHeroes).

Strobl weiter: „User tauchen in die Connected TV-Erfahrung ein und werden weniger von äußeren Reizen abgelenkt. Das steigende Preisbewusstsein führt zu einer Abkehr von kostenpflichtigen Abos und ebnet den Weg für neue, werbefinanzierte Inhalte.“

Abomüdigkeit bei Streaming

Über 60% der User in Europa und knapp zwei Drittel hierzulande bevorzugen Connected TV aufgrund der Flexibilität und hohen Benutzerfreundlichkeit. Das gute Preis-Leistungs-Verhältnis, die Auswahl und Qualität der Inhalte sowie die Vorinstallation der Apps auf vielen Smart TVs zählen zu den weite-