



© Panthermedia.net/Dimmushika

**Connected TV**

Die Goldbach Group präsentierte kürzlich die Ergebnisse der aktuellen Advanced TV-Studie.

**Advanced TV-Studie**

| Ergebnisse                | 2024   | 2023   |
|---------------------------|--------|--------|
| Nutzung von CTV           | 56%    | 61%    |
| Allgemeine Bekanntheit    | 72%    | 79%    |
| Werbewahrnehmung          | 51%    | 41%    |
| Werbeakzeptanz            | 52%    | 48%    |
| Werbung ist nützlich      | 49%    | 47%    |
| Werbung ist hilfreich     | 41%    | 42%    |
| Nutzung Smart TV          | 75%    | 79%    |
| Nutzung von Streaming Box | 32%    | 30%    |
| Nutzung von Spielkonsolen | 32%    | 41%    |
| Verweildauer pro Tag      | 2:22 h | 2:21 h |

Quelle: Goldbach Group

# CTV-Nutzung hoch

Laut Goldbach-Studie zur Nutzung von Advanced TV hat sich auch die Akzeptanz von CTV-Werbung erhöht.

WIEN. Die Werbevermarkterin Goldbach Group führte im Jänner 2024 ihre D-A-CH-Studie zur Nutzung und Verbreitung von Advanced TV – der internet-basierten Ausspielung von TV-Inhalten – durch. Das Ergebnis: Neben der konstant hohen Bekanntheit und Nutzung von Connected TV (CTV) haben sich sowohl die Wahrnehmung als auch die Akzeptanz von Werbung bei den Nutzern erhöht. So ist die

Werbewahrnehmung um zehn auf 51% und die Werbeakzeptanz um vier auf 52% gestiegen. Zudem meinte knapp die Hälfte der Befragten (49%), Werbung im CTV nützlich zu finden, und deutliche 41% sagten, Werbung auf diesem Medium sei hilfreich.

Die allgemeine Bekanntheit von Connected TV liegt ebenso konstant hoch bei 72% wie die Nutzung von CTV mit 56%. Bei der Art der Nutzung bleibt

Smart TV mit 75% die beliebteste Anschlussart unter Studienteilnehmern. Mit je 32% folgen Streaming-Boxen und Spielkonsolen. Samsung bleibt die am häufigsten verwendete Marke unter den Smart TV-Nutzern, gefolgt von LG und Sony.

Bei den Streaming-Boxen ist die Apple TV-Box etwas beliebter als Magenta TV und der Amazon Fire TV Cube, bei den Spielkonsolen liegt die Sony

Playstation an erster Stelle. An der Studie nahmen 3.500 Personen im Alter von 16 bis 69 Jahren aus Deutschland, Österreich und der Schweiz teil. (es)

*Mehr dazu lesen Sie im Interview mit Wolfgang Pernkopf, TV & Advanced TV Sales Director und stv. Geschäftsführer von Goldbach Audience Austria, in der nächsten Ausgabe von medianet.*



| Auf dem schnellsten Weg zur passenden Agentur

## Partnerschaft verlängert

Hypomeeting Götzis: Weiterhin live im ORF.

GÖTZIS. Der ORF Vorarlberg und das Hypomeeting Götzis verlängern ihre Zusammenarbeit um weitere fünf Jahre, wie der ORF kürzlich bekannt gab.

Damit sei sichergestellt, dass das Mehrkampf-Meeting in der Leichtathletik bis über die Olympischen Sommerspiele 2024 in Paris und 2028 in Los Angeles hinaus live im ORF übertragen wird. Sportfans aus aller Welt

könnten via Livestream die Wettkämpfe der besten Leichtathleten im Möslestadion in Götzis verfolgen. „Der ORF Vorarlberg freut sich, die hochspannenden internationalen Bewerbe multimedial begleiten zu dürfen und die herausragenden Leistungen einem breiten Publikum zugänglich zu machen“, so Markus Klement, Landesdirektor ORF Vorarlberg. (red)



© APA/EXPA/Peter Rindberger

Hypomeeting Götzis: Der Niederländer Sven Roosen beim Weitsprung im Mai '23.