RISING STAR SMART TV

NEUE MÖGLICHKEITEN IN EINER DIGITALEN WELT

GOLDBACH DACH-STUDIE ZUR NUTZUNG UND VERBREITUNG VON SMART TV

März 2020 I GB Research

GOLDBACH

YOUR MESSAGE IS OUR PASSION



VORWORT

DIE DIGITALISIERUNG DER WOHNZIMMER SCHREITET WEITER VORAN. OB VOD, OTT, PPV ODER SMART TV, DIE NUTZUNGSMÖGLICHKEITEN SIND VIELFÄLTIG UND DAS ANGEBOT NIMMT STETIG ZU. BEREITS IM DRITTEN JAHR WIDMET SICH DIE GOLDBACH, ALS TECHNOLOGIEORIENTIERTE VERMARKTERIN, DER FRAGE DER ENTWICKLUNG DES SMART-TV-MARKTS.

IST SMART TV BEREITS IN DEN WOHNZIMMERN ANGEKOMMEN? WELCHE ANGEBOTE WERDEN GENUTZT UND WIE LANGE? DIESE UND NOCH WEITERE ASPEKTE BELEUCHTET DIE STUDIE „RISING STAR SMART TV – NEUE MÖGLICHKEITEN IN EINER DIGITALEN WELT“ AUF DEN NÄCHSTEN SEITEN.

GOLDBACH

KEY FACTS



SMART TV IST STANDARD:

96% DER BEFRAGTEN KENNEN SMART TVS. ÜBER 80% HABEN MINDESTENS EINEN SMART TV ZU HAUSE.

BREITE NUTZERSCHAFT:

3/4 DER BEFRAGTEN IM DACH-RAUM NUTZEN DIE ZUSÄTZLICHEN FUNKTIONEN AM SMART TV. DIE NUTZUNG IST NUN IN ALLEN GENERATIONEN ANGEKOMMEN.

THE FUTURE IS APPS:

DIE MEHRHEIT NUTZT APPS AUF IHREM SMART TV. VIDEO-ON-DEMAND-ANGEBOTE SIND BESONDERS BELIEBT BEI DEN NUTZERN.

HOHE WERBEAKZEPTANZ:

WERBUNG AUF DEM SMART TV IST VOR ALLEM IN JUNGEN GENERATIONEN AKZEPTIERT UND ALS NÜTZLICH EMPFUNDEN.

INHALT

1 Verbreitung und Nutzung von Smart TV

2 Details zur Nutzung von Smart TV

3 Werbewahrnehmung auf Smart TV-Geräten



VERBREITUNG UND NUTZUNG VON SMART TV



GOLDBACH

SMART TVS SIND IN DEN DACH-LÄNDERN INZWISCHEN STANDARD

96%
kennen
Smart TV



88% der
Haushalte mit
Smart TV haben
mind. ein Gerät
mit dem
Internet
verbunden

80%
haben mind.
einen Smart TV
zu Hause

+4%
im Vergleich
zum VJ

Quelle: Goldbach Smart TV-Studie 2019, Basis: alle Befragte 14-69j. in DACH (n=1000)
Frage: Kennen Sie «Smart TV», das sind Fernsehgeräte mit Computer-Zusatzfunktionen, insbesondere Internet-Fähigkeiten?
Frage: Steht bei Ihnen persönlich zuhause ein Smart TV-Fernsehgerät zur Verfügung?
Quelle: Goldbach Smart TV-Studie 2019, Basis: Befragte 14-69j. in DACH, die einen Smart TV besitzen (n=778)
Frage: Ist mindestens ein Smart TV-Gerät zuhause an das Internet angeschlossen?

GOLDBACH

SAMSUNG IST DACH-WEIT KLARER MARKTFÜHRER



In Deutschland stehen tendenziell die neuesten Geräte

58%

der Samsung Smart TVs sind nicht älter als drei Jahre

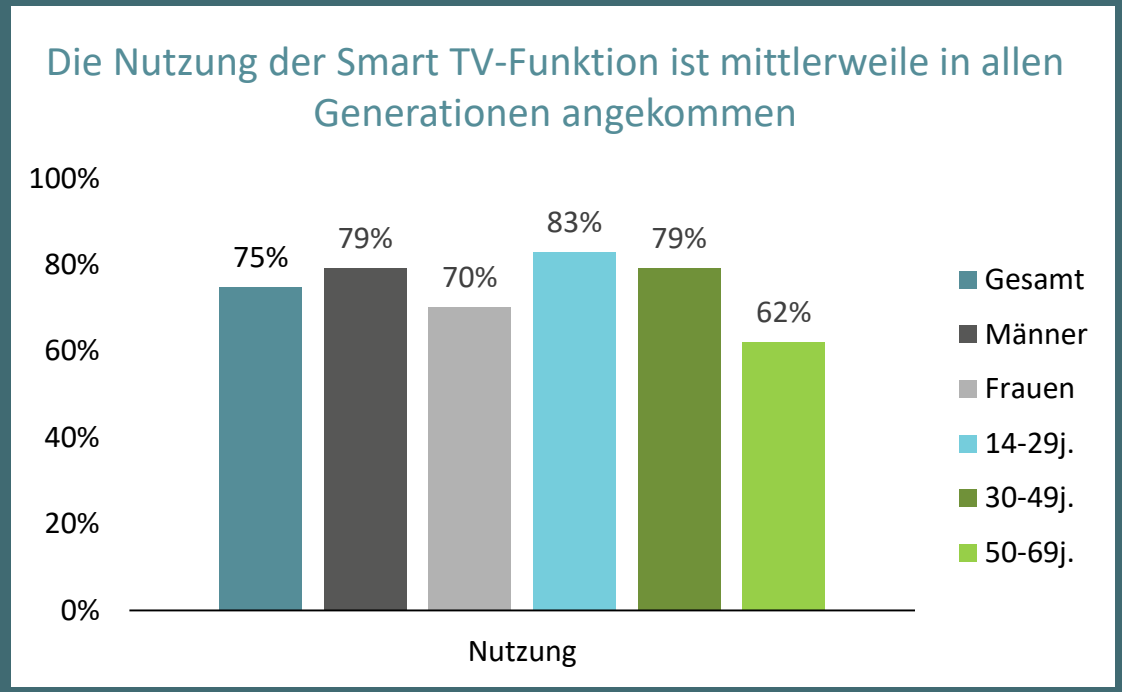
Quelle: Goldbach Smart TV-Studie 2019, Basis: Befragte 14-69j. in DACH, die einen Smart TV besitzen (DACH: n=778 / D: n=388 / A: n=200 / CH: n=190)
Frage: Von welcher Herstellermarke ist Ihr Smart TV-Gerät?
Frage: Welches Herstellungsjahr hat Ihr Samsung TV-Gerät

GOLDBACH

75% DER BEFRAGTEN NUTZEN DIE ZUSÄTZLICHEN FUNKTIONEN AM TV

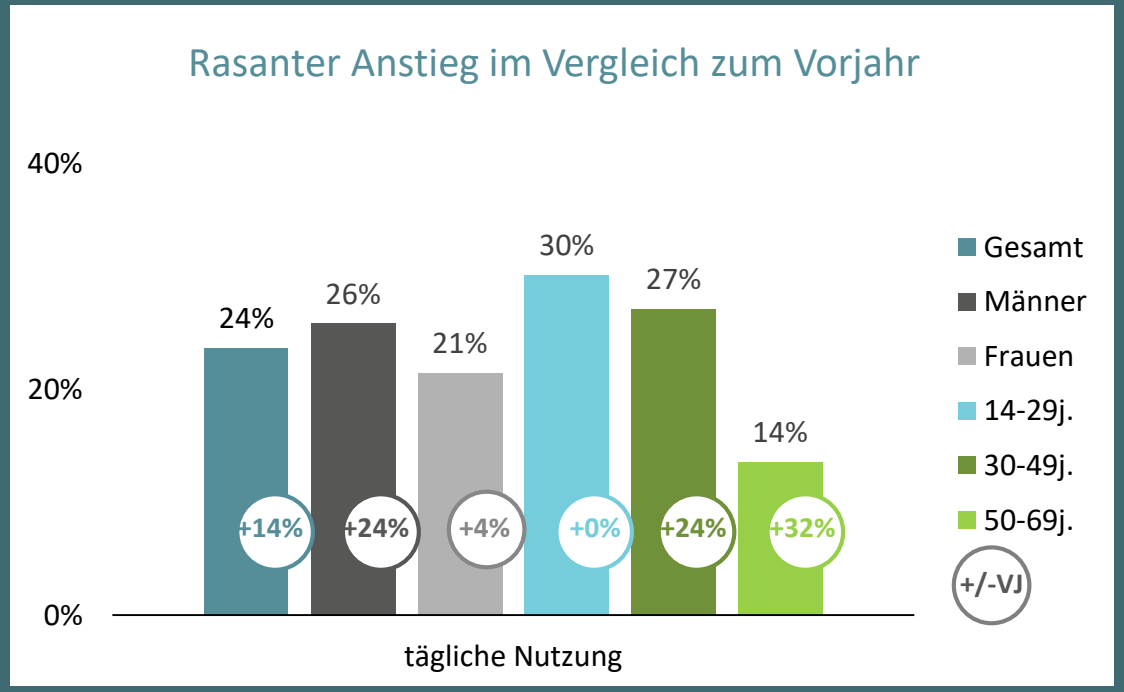
75%
nutzen Smart TV-Funktionen

+4%
Nutzer-Anstieg im Vergleich zum Vorjahr



Quelle: Goldbach Smart TV-Studie 2019, Basis: alle Befragte 14-69j. in DACH (n=1000)
Frage: Kennen Sie «Smart TV», das sind Fernsehgeräte mit Computer-Zusatzfunktionen, insbesondere Internet-Fähigkeiten?
Nutzung

24% DER BEVÖLKERUNG NUTZEN DIE FUNKTIONEN TÄGLICH!



24%

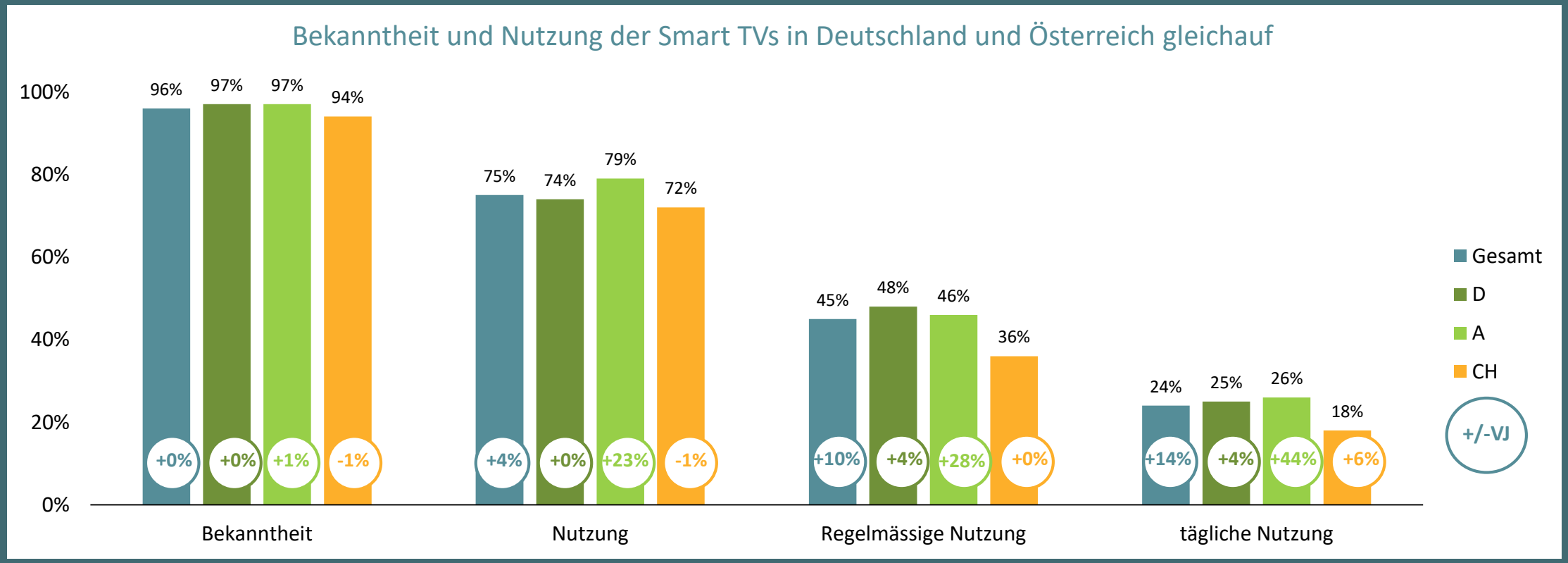
der Befragten **nutzen täglich** die Funktionen am Smart TV

Höchste Nutzung in der Generation der **14- bis 49-Jährigen**

Quelle: Goldbach Smart TV-Studie 2019, Basis: alle Befragte 14-69j. in DACH (n=1000)
Frage: Kennen Sie «Smart TV», das sind Fernsehgeräte mit Computer-Zusatzfunktionen, insbesondere Internet-Fähigkeiten?
Tägliche Nutzung

GOLDBACH

REGELMÄßIGE & TÄGLICHE NUTZUNG NEHMEN STARK ZU!



Quelle: Goldbach Smart TV-Studie 2019, Basis: alle Befragte 14-69j. in DACH (DACH: n=1000 / D: n=500 / A: n=250 / CH: n=250)
Frage: Kennen Sie «Smart TV», das sind Fernsehgeräte mit Computer-Zusatzfunktionen, insbesondere Internet-Fähigkeiten?

DETAILS ZUR NUTZUNG VON SMART TV



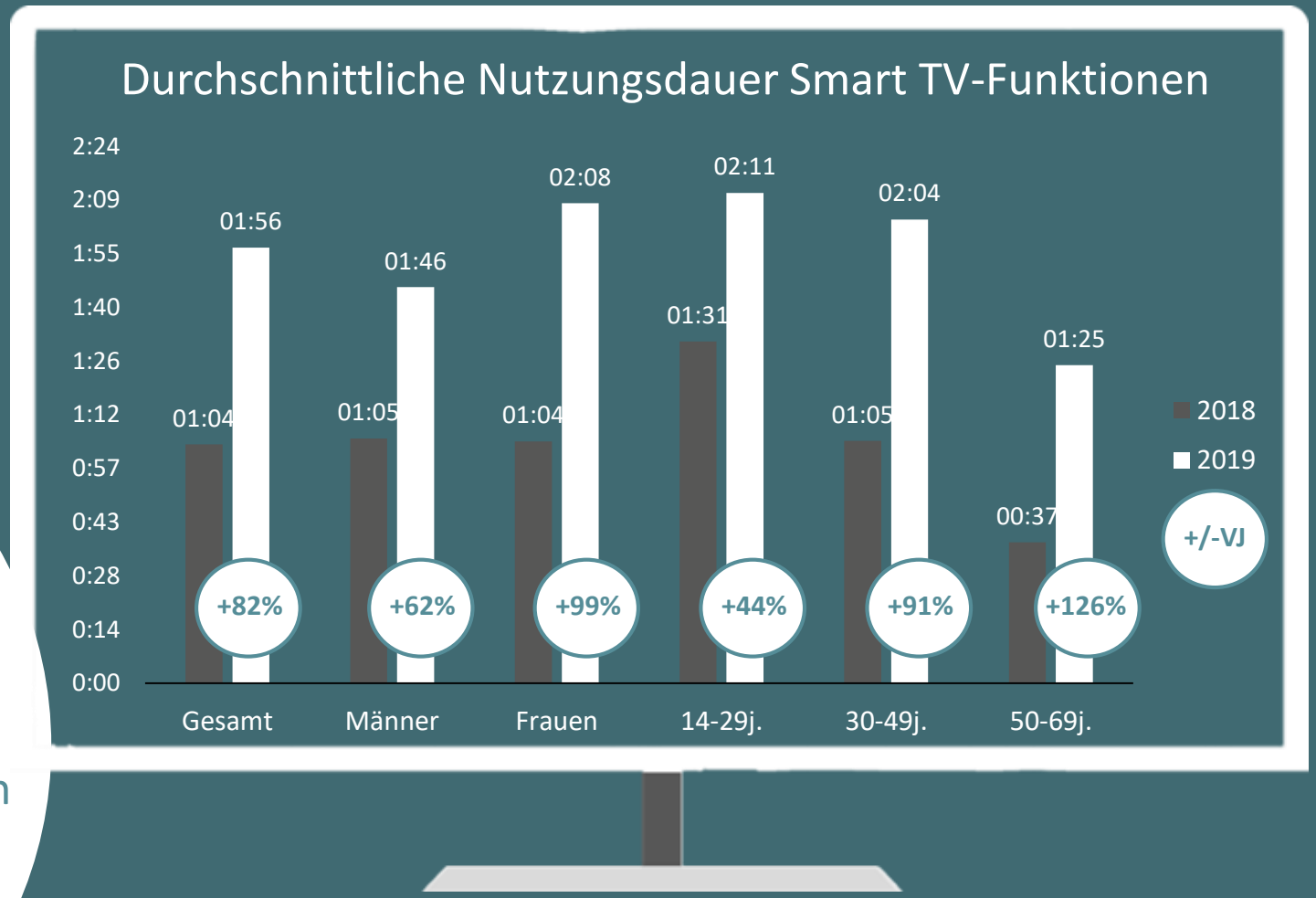
GOLDBACH

DIE NUTZUNGSDAUER STEIGT ENORM!

Im Schnitt verbringen
die Befragten knapp

2 Stunden

täglich mit den Zusatzfunktionen
des Smart TV



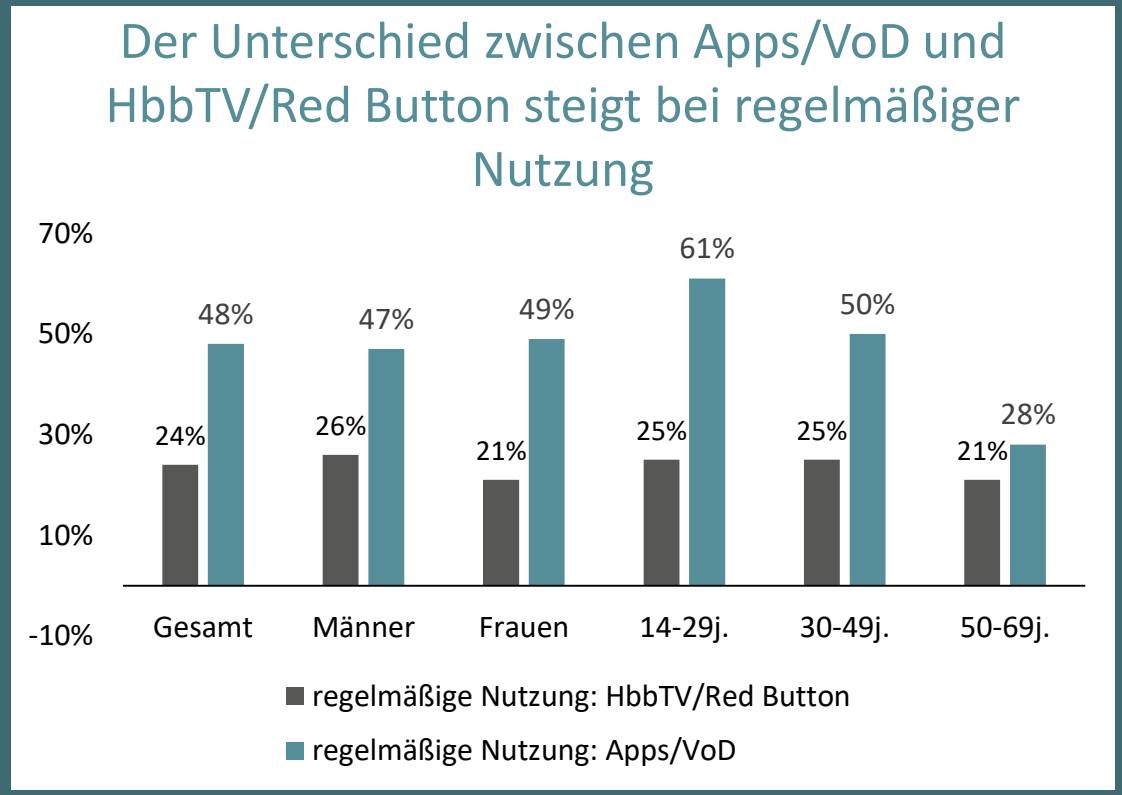
Quelle: Goldbach Smart TV-Studie 2019, Basis: Befragte 14-69j. in DACH, die einen Smart TV besitzen (DACH: n=778)
Frage: Wenn Sie an einen durchschnittlichen Tag denken, wie lange nutzen Sie in etwa diese Zusatzfunktionen auf dem Smart TV-Gerät?

GOLDBACH

APP/VOD DEUTLICH BELIEBTER ALS HBBTV/RED BUTTON

79%
nutzen
Apps/VoD

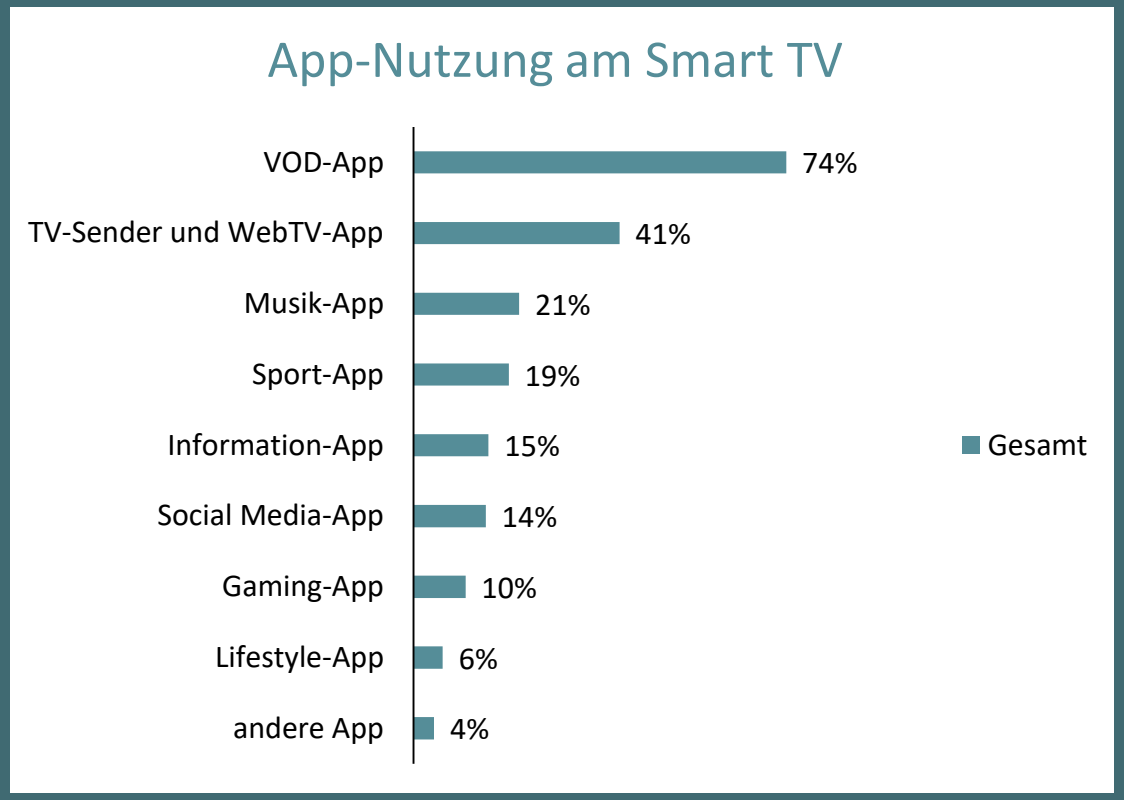
66%
nutzen HbbTV/
Red Button



Quelle: Goldbach Smart tTV-Studie 2019, Basis: alle Befragte 14-69j. in DACH, welche die Zusatzfunktionen von Smart TV-Geräten nutzen (n=747)
Frage: In wieweit sind Sie mit der Funktion «Hbb-TV, d.h. Teletext Deluxe und Aufruf via Red Button auf der Fernbedienung» auf dem Smart TV vertraut?
Frage: In wieweit sind Sie mit der Funktion «Apps und VOD (Video on Demand) wie z.B. Netflix oder Prime Video» auf dem Smart TV vertraut?
Auswahl: Nutzung/regelmäßige Nutzung

GOLDBACH

VOD- UND SENDER-APPS BEI DEN APP-NUTZERN AM BELIEBTESTEN



VOD- und Social Media-APPs werden v.a. von **Jüngeren und Frauen** genutzt

TV-Sender- und Sport-Apps eher von **älteren Zielgruppen** und **Männern**

Quelle: Goldbach Smart TV-Studie 2019, Basis: alle Befragte 14-69j. in DACH, welche Apps/VOD auf Smart TV nutzen (n=593)
Frage: Welche Apps nutzen Sie denn mind. gelegentlich auf dem Smart TV?



WERBEWAHRNEHMUNG AUF SMART TV-GERÄTEN

GOLDBACH

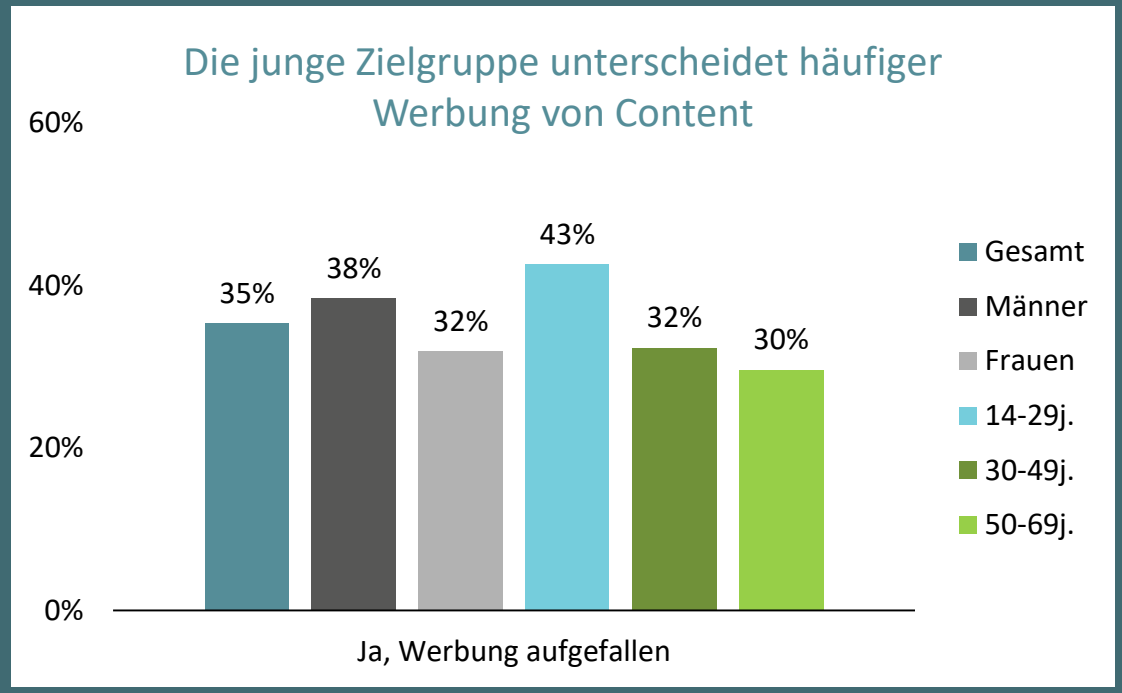
WERBUNG IM SMART TV WIRD GESEHEN

35%

nehmen die Werbung wahr

43%

Werbe-wahrnehmung bei 14- bis 29-Jährigen

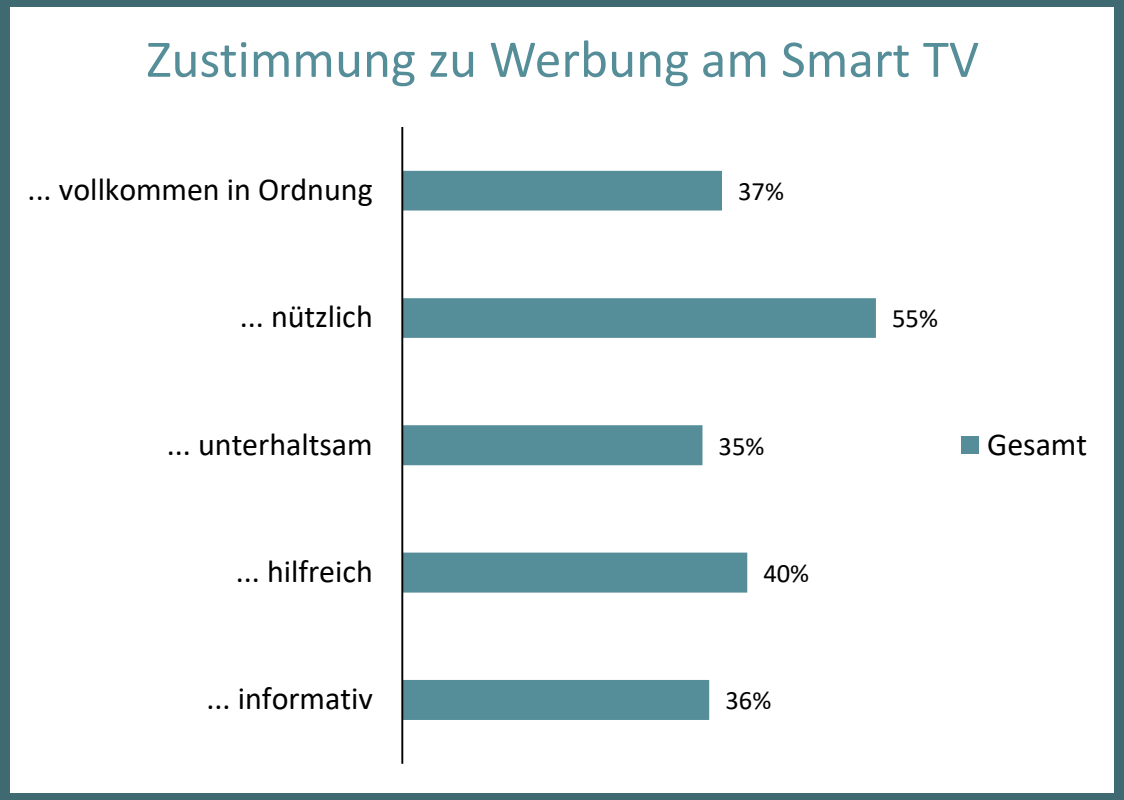


Quelle: Goldbach Smart TV-Studie 2019, Basis: alle Befragte 14-69j. in DACH (n=1000)

Frage: Kennen Sie «Smart TV», das sind Fernsehgeräte mit Computer-Zusatzfunktionen, insbesondere Internet-Fähigkeiten?

GOLDBACH

WERBUNG IM SMART TV-UMFELD WIRD AKZEPTIERT



41%

der **14- bis 29-Jährigen** finden die Werbung **vollkommen in Ordnung**

42%

der **30- bis 49-Jährigen** finden die Werbung **informativ**

Quelle: Goldbach Smart TV-Studie 2019, Basis: alle Befragte 14-69j. in DACH, welche die Zusatzfunktionen von Smart TV-Geräten nutzen (n=747)

Frage: Inwieweit stimmen Sie folgenden Statements bezüglich Werbung in den Zusatzfunktionen Ihres Smart TV zu? Werbung ist ... – trifft ganz genau zu / trifft eher zu

STUDIENDESIGN

3. WELLE DER DREI-LÄNDER-STUDIE ZUR SMART TV-NUTZUNG UND WERBEWAHRNEHMUNG AUF SMART TV-GERÄTEN

Fragestellung	Bekanntheit von Smart TV Nutzungshäufigkeit von Smart TV Nutzung der Smart TV-Funktionen Genutzte Inhalte Hbb TV und verwendete Apps auf dem Smart TV-Gerät Besitz von Smart TV-Gerät Herstellermarken Smart TV-Geräte und Herstellungsjahr Samsung-Geräte Wahrnehmung und Beurteilung von Werbung im Bereich der Zusatzfunktionen auf dem Smart TV
Methode	Online-Befragung bei Personen im Alter zwischen 14 und 69 Jahren
Stichprobe	2019: n = 1.000 (Altersgruppe 14-69j.), quotiert nach Altersgruppen (14-29j., 30-49., 50-69j.) und Geschlecht, davon n=500 in Deutschland, n=250 in Österreich, n=250 in der deutschsprachigen Schweiz



THANK YOU WITH PASSION

Imke Deuerlein
Head of Business Operations
Goldbach Germany GmbH
Tel: +49 (0)89 614 240 591
Imke.Deuerlein@Goldbach.com
www.Goldbach.com

GOLDBACH

Eine Marke von Tamedia