



© Thomas Peitinger

chischen CTV-Nutzerinnen und -Nutzer mit dem laufenden TV-Programm auf dem Startbildschirm beginnen, wenn sie ihr TV-Gerät einschalten – ein Wert, der den D-A-CH-Durchschnitt

von 41 Prozent übersteigt. Darauf folgt die Benutzeroberfläche des Smart TVs mit 28 Prozent gegenüber 29 Prozent im D-A-CH-Raum. Diesem Bedarf wird das Angebot von Goldbach auf den

Start-Screens aller Samsung-Geräte gerecht.

Was die tägliche Nutzung von Zusatzfunktionen angeht, so liegt Österreich ebenfalls vorne: 42 Prozent der Befragten nutzen

täglich Apps und VOD-Dienste, verglichen mit 40 Prozent in der D-A-CH-Region. Auch die Nutzung von Apps unterscheidet sich leicht. So wird hierzulande zwar wie auch im gesamten D-A-CH-Raum Netflix von den meisten Befragten genutzt – nämlich 59 Prozent in Österreich versus 63 Prozent D-A-CH –, jedoch dicht gefolgt von Amazon Prime Video mit 56 Prozent (im Vergleich zu 47 Prozent D-A-CH) und YouTube an dritter Stelle (54 Prozent Österreich vs. 56 Prozent D-A-CH). Es folgen in Österreich die ORF TVthek und Disney Plus.

**medianet:** Und wie sieht es mit kostenpflichtigen Apps aus?

**Pernkopf:** In der Nutzung von kostenpflichtigen Apps gibt es generell einen Unterschied. Hier liegt Österreich mit 2,2 Apps pro Nutzerin und Nutzer hinter dem Durchschnitt von 2,5 Prozent. Auch die monatlichen Ausgaben für Apps sind in Österreich mit durchschnittlich 29 Euro pro Nutzer geringer im Vergleich zu 36,20 Euro/CHF in der D-A-CH-Region.

Die Werbewahrnehmung im CTV-Umfeld liegt in Österreich aktuell bei 48 Prozent und ist damit um sechs Prozent im Vergleich zum Vorjahr gestiegen. Wir sehen also, dass Advanced-TV-Werbung immer effektiver wird.

**medianet:** Ein Ergebnis zeigt, das vor allem Smart TV als Zugang mit 75 Prozent bei der Zielgruppe hohe Beliebtheit genießt – in Wahrheit für TV-Content-Anbieter ein optimales Ergebnis.

**Pernkopf:** Auf jeden Fall. Man sieht das klar an Partnern wie Warner Bros. Discovery, die ihre Inhalte von HBO, einem der größten und erfolgreichsten Content-Anbieter weltweit, schon erfolg-