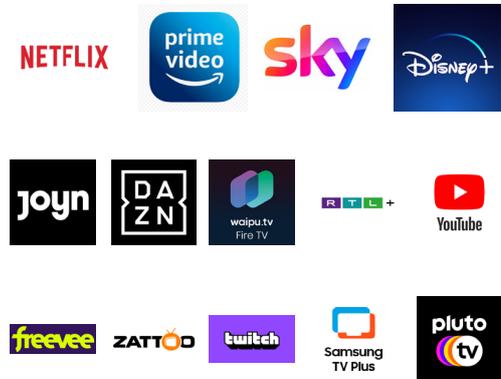


Fernsehen wird digital mit **Connected TV**

Das Sehverhalten der Menschen ändert sich. Der Großteil der Smart-TV-Besitzer nutzt sein Gerät nicht mehr nur fürs lineare Programm, sondern streamt immer mehr digitale Inhalte. Mittlerweile sind über 70% der Haushalte in Deutschland entsprechend ausgestattet. Hier verbirgt sich also ein enormes Potenzial.

Connected TV - die neue Welt der Fernsehwerbung

CTV steht für Connected TV. Übersetzt bedeutet connected – verbunden. Connected TV umfasst alle Inhalte, die in **digitaler Form auf dem TV-Gerät abgespielt werden**. Am bekanntesten sind Streaming-Dienste wie **Netflix oder Amazon Prime**. Die **Mediatheken** der TV-Sender zählen genauso dazu wie **Video-on-Demand-Plattformen** (wai- pu, Zattoo).

Voraussetzung: Ein TV-Gerät, welches mit dem Internet verbunden ist. Das kann ein Smart-TV mit eigener Internet-Verbindung sein. Oder ein Fernseher, der durch ein zusätzliches Gerät, wie z.B. einem Streaming-Stick oder eine Spiele-Konsole „online“ geht.

CTV ist genau das Richtige, wenn...

- + Sie mit qualitativ hochwertiger Bewegtbildcontent werben möchten
- + Sie eine eher jüngere Zielgruppe (14 - 49 Jahre) haben
- + Ihre Kampagne z.B. einen regionalen Fokus haben soll

ca. **125.000**

Einblendungen des Werbemittels
inkl. Geo und Demo-Targeting*

ab 5.000,- EUR

*Verfügbarkeiten müssen geprüft werden, es kann zu einer Laufzeitverlängerung kommen

FAQs

Was kostet CTV-Werbung?

Einer der großen Vorteile von CTV-Werbung ist die geringe Einstiegshürde. Man kann bei sehr regionalen Kampagnen bspw. schon **ab 5.000€** Werbung schalten.

Welche Targetings sind möglich?

Man kann in erster Linie nach

- **Alter**
- **Region**
- **Geschlecht**
- **Kontext**
- **Uhrzeit**

targeteten. Es kann auch nach **Interesse** getargetet werden, wenn die Reichweite groß genug ist.

Verdrängt CTV das klassische TV?

Die Sehgewohnheiten, vor allem der jungen Zielgruppe, haben sich in den letzten Jahren extrem gewandelt. Das lineare Fernsehen verliert damit immer mehr an Bedeutung.

Dem steht gegenüber, dass der **Big Screen** immer mehr an Bedeutung gewinnt. Die Zielgruppe ist also nicht verloren. Und mal ehrlich: Kaum einer zieht es doch vor, seine Lieblingsserie über sein Smartphone oder den Laptop-Bildschirm zu streamen, oder?

Mittlerweile ist der Markt für CTV anbieterseitig sehr groß und heterogen. Trotzdem wird Connected TV auf keinen **Fall das klassische Fernsehen in naher Zukunft verdrängen**. CTV ist vielmehr eine skalierbare Lösung, um die TV-Werbegelder sinnvoll zu ergänzen.

Wie buche ich CTV-Werbung

CTV ist aktuell noch nicht selbstständig buchbar. Deswegen übernehmen wir für Sie. Einfach das CTV-Anfrage-Formular ausfüllen und wir melden uns bei Ihnen.

Ist die Kombination mit YouTube ohne Probleme möglich?

Jein. Je nach Gesprächspartner kann die Antwort unterschiedlich ausfallen. Wir bei crossvertise haben uns dazu entschieden, dass nur geprüfter Content zu CTV zählt. Also Inhalte der großen und kleinen TV-Sender und Streamingdienste wie sky etc. Wir bieten aber auch Werbepakete inkl. YouTube an. Das verringert den TKP bspw. auch noch einmal merklich. Sie wollen CTV inkl. YouTube Werbung schalten? Sprechen Sie uns gerne an.

Wie viel Aufmerksamkeit hat CTV?

Die entscheidende Frage ist, wie empfänglich CTV-Zuschauer für Werbung sind. Eine Horizont-Studie belegt: Die Aufmerksamkeitsrate von Connected TV liegt bei über **80 Prozent!**

Das übertrifft sowohl das lineare Fernsehen, als auch Videos auf Social Media. Die Zuschauer sind während der Werbeunterbrechung im Connected TV besonders offen für eine direkte Interaktion mit der Werbung.

Knapp jeder Dritte hat tatsächlich schon ein Produkt gekauft, nachdem der dazugehörige Werbespot im Connected TV zu sehen war.