

CTV ist für alle da

Ein detaillierter Einblick in die vielfältigste TV-Audience

Wichtigste Erkenntnisse für Deutschland

Magnite



Magnite

Die global größte, unabhängige Sell-Side Platform

Wir helfen Käufern und Verkäufern über jeden Kanal und Format hinweg



SPOTX

Die Video Advertising Platform, welche TV, OTT und OLV vereint

 SpringServe

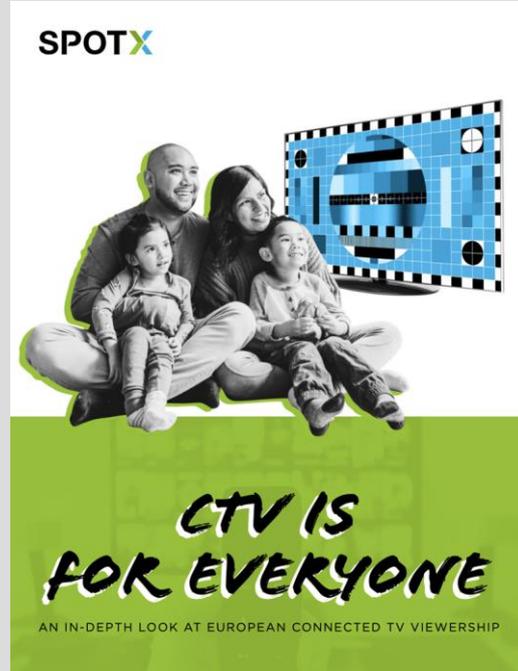
Die führende Technologie für CTV Adserving

Zusammen sind wir die unabhängige Alternative zu den *'Industry Giants'*.

Marktführer für datengesteuerte Insights zu europäischen Streamern

Ein holistisches Bild der Streaming-Landschaft für Advertiser

Magnite



CTV: Die Zukunft im Blick – Deutschland

Was CTV für das Fernsehen von morgen
und Advertiser von heute bedeutet

Eine Marktforschungsstudie von Magnite

Magnite

CTV – eine Definition

Der Media Rating Council
definiert CTV so:

- Die Übertragung digitaler
Videoinhalte auf
Fernsehbildschirmen über Geräte
mit Internetanschluss (oder eine
in das TV-Gerät integrierte
Funktion)



So schaut Deutschland Fernsehen

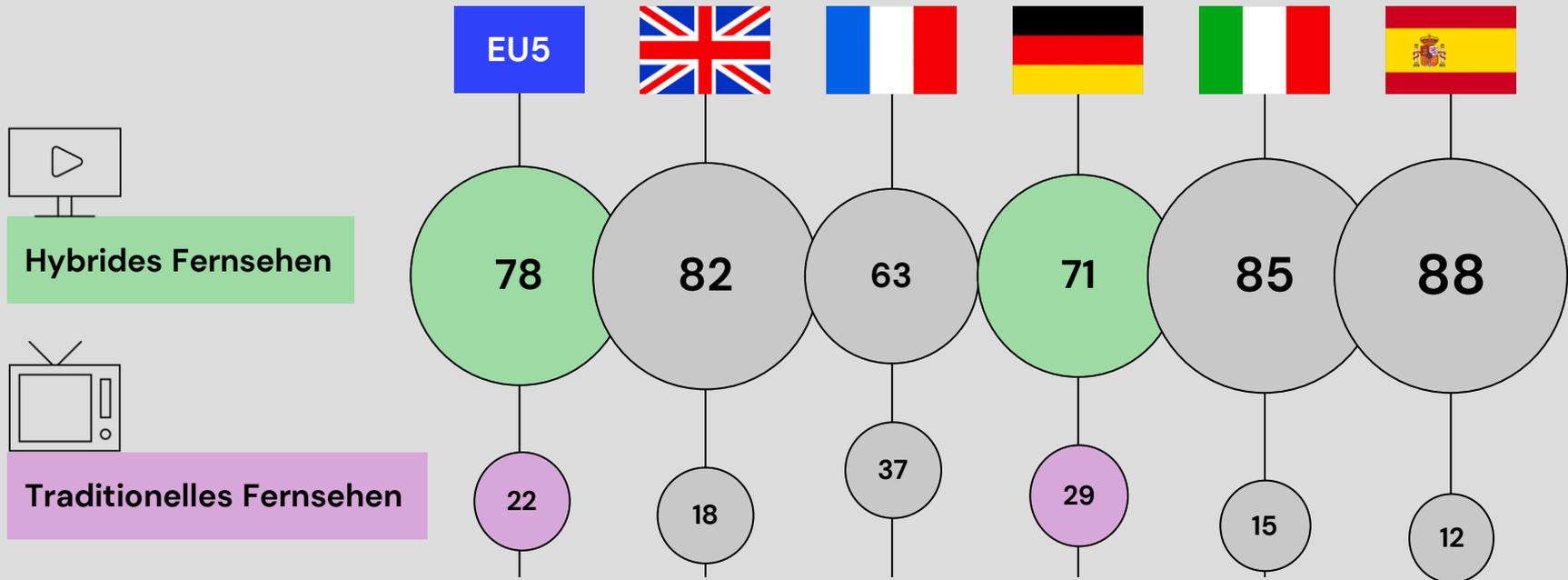


Hybrides Viewing ist das 'New Normal'

Mehr als 7 von 10 deutschen Haushalten nutzen eine Mischung aus CTV & traditionellem Fernsehen

Fernsehgewohnheiten (Anteil der Typen)—Nach Land

Antworten in %

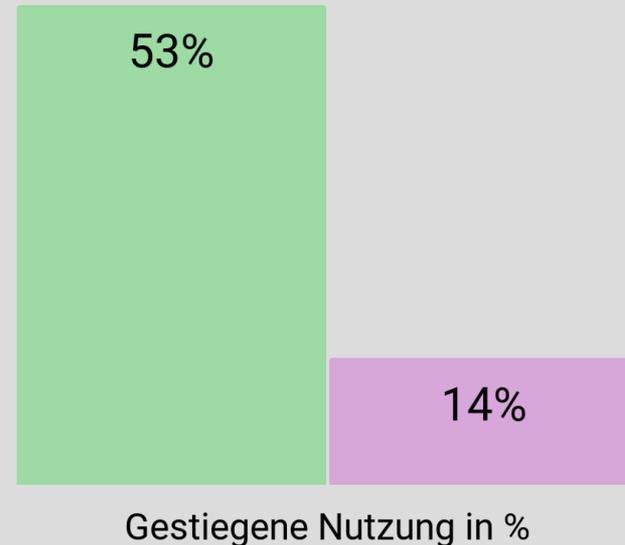


Pandemie ließ Fernsehkonsum steigen

- Der Konsum von CTV nahm während der Pandemie stärker zu als beim traditionellen TV
- Traditionelles TV stieg von Januar 2020 bis Mai 2021 um 14% und CTV um **53%***

Steigender TV-Konsum

■ CTV ■ Traditionelles TV



Kostenlos ist der richtige Preis

44%

Nutzen einen werbeunterstützten Service

18%

Haben 2 oder mehr solcher Dienste

ZATTOO

joyn

pluto tv

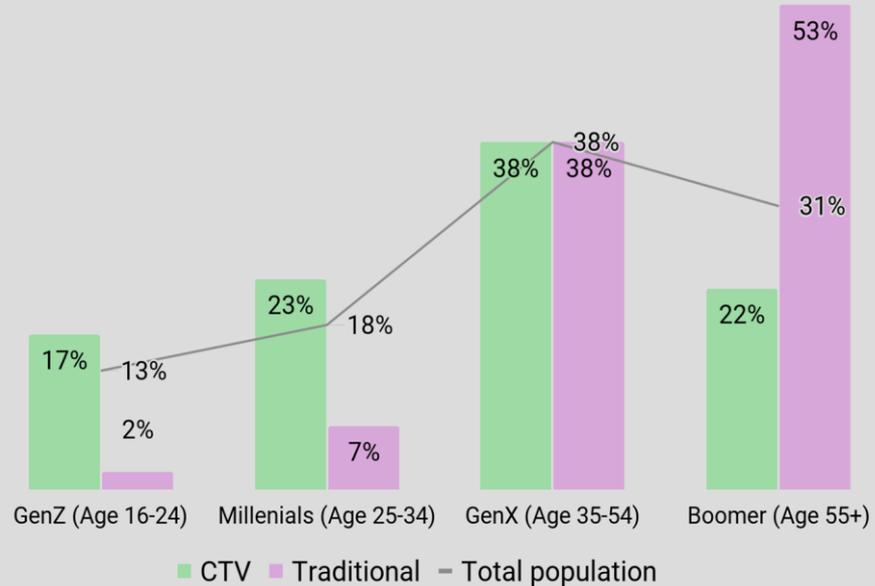
Die CTV Audience in Deutschland



CTV mit hoch diverser Altersmischung

- Die CTV-Audience bildet Altersgruppen in Deutschland deutlicher ab
- Mittleres Alter: 45
 - > CTV: 39
 - > Traditionelles TV: 56
- Traditionelles TV fällt bei den 18-40-Jährigen deutlich zurück (Gen Z und Millennials)

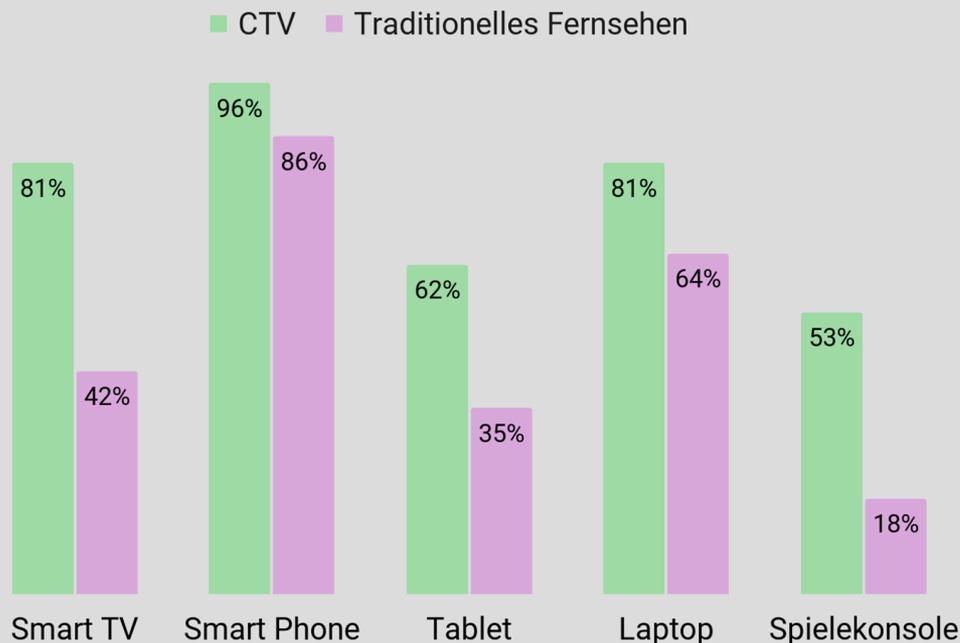
Jede Altersgruppe schaut CTV



CTV-Haushalte sind digital affiner

- Smart TVs kurbeln die CTV-Nutzung an
- 81% der CTV-Haushalte besitzen ein Smart TV
 - > 35% haben zwei oder mehr davon
- 42% der traditionellen TV-Zuschauer nutzen ein Smart TV

CTV-Haushalte nutzen häufiger verschiedene Geräte



CTV erreicht Familien

Magnite

40%

der CTV-Zuschauer haben Kinder im Haushalt (gegenüber 26% beim traditionellen Fernsehen)

83%

der Haushalte mit Kindern werden über CTV erreicht





58% der kaufentscheidenden Personen



88% der Gamer



67% der nicht-muttersprachigen Bevölkerung



78% der Menschen, die eine Reise planen

Werbewirk- samkeit



Relevante Werbung findet Resonanz beim CTV-Publikum



33% vs. 16%

CTV-Zuschauer **teilen eher Informationen** im Tausch gegen relevante Werbung als das Publikum des traditionellen Fernsehens



34% vs. 15%

CTV-Zuschauer **sind aufmerksamer** für gezielte Werbung als das Publikum des traditionellen Fernsehens

CTV stark in der Lower Funnel-Wirkung

3X

CTV-Zuschauer kaufen mit dreifach höherer Wahrscheinlichkeit ein Produkt, nachdem sie eine entsprechende Fernsehwerbung gesehen haben.



FireSide Chat: CTV ist für alle da



Johannes Paysen
Managing Director
Central Europe

Magnite



Can Zeybekler
Managing Partner
Investment & Accountability

OMG

Herzlichen Dank!

Weitere Informationen bei:

buyer-ne@magnite.com