

## PERSBERICHT

### **86 procent van de Europeanen verkiest CTV boven lineaire tv**

*Vervolgonderzoek werpt meer licht dan ooit tevoren op de houding en het kijkgedrag van CTV-gebruikers*

Amsterdam, 17 september 2024 – Uit het vandaag gepresenteerde [vervolgonderzoek](#) dat KINESSO, in opdracht van de [ShowHeroes Group](#), in Nederland, het Verenigd Koninkrijk en vier andere Europese landen uitvoerde, blijkt dat ruim 86 procent van de Europeanen connected TV (CTV) boven lineaire tv verkiest. Meer dan 50 procent van deze kijkers bestaat uit Gen Z en Millennials, en in Nederland zijn het opvallend meer vrouwen (90 procent) dan mannen (76 procent) die voor CTV kiezen.

#### **Nederland in top 3 CTV-kijkers in Europa**

Hoewel de Europese marktpenetratie in vergelijking met de Verenigde Staten nog niet zo hoog is, laten de nieuwe onderzoekscijfers zien dat Europa en het Verenigd Koninkrijk een grote inhaalslag op CTV-gebied aan het maken zijn. Van de zes onderzochte landen is het aantal CTV-kijkers in Spanje met 94 procent het hoogst. Na het Verenigd Koninkrijk (91 procent) staat Nederland met 83 procent op de derde plek van landen waar de respondenten een duidelijke voorkeur voor CTV hebben boven lineaire tv. Niet alleen het aantal mensen dat CTV kijkt is gestegen, ook de gemiddelde kijktijd is omhoog gegaan. Keken we in 2022 gemiddeld een uur en 10 minuten per dag naar CTV, in 2024 is dit opgelopen naar een uur en 58 minuten. Een stijging van 44 procent.

#### **Nederlanders kiezen voor content, niet voor de prijs**

Hoewel Nederlanders erom bekendstaan liever niet te veel geld uit te geven, is dat bij CTV – ten opzichte van de andere landen – niet van toepassing. Bij het kiezen van een CTV-aanbieder noemt 72 procent de verscheidenheid aan content als hun belangrijkste overweging. Verder geeft meer dan de helft van de Nederlandse respondenten aan te kijken naar een CTV-kanaal met advertenties. En dat percentage kan volgens Tim Samsom, Country Manager Netherlands van ShowHeroes Nederland, voor veel adverteerders als een verrassing komen. "Wat mij opvalt, is dat veel adverteerders in de veronderstelling zijn dat CTV het bekijken is van *subscription video on demand* content zoals Netflix of Amazon prime, maar CTV is veel breder dan dat. CTV omvat ook het kijken van content via andere gratis, advertentieondersteunende diensten op de tv (*advertising-based video on demand*), zoals Samsung TV Plus. Juist op dit soort onbetaalde CTV-diensten hebben adverteerders de mogelijkheid om deze 63 procent CTV-kijkers te bereiken en zo hun bereik te vergroten."

### **Vrouwen en Gen Z domineren de CTV-markt**

Wat verder opvalt in het onderzoeksrapport, is dat vrouwen en Gen Z de CTV-markt domineren. Gen Z en Millennials zijn nog steeds de grootste gebruikers van CTV, waarbij meer dan 50 procent van hen exclusief deze manier van kijken gebruikt, terwijl babyboomers trouw blijven aan lineaire tv. In Nederland is het verschil tussen mannen (76 procent) en vrouwen (90 procent) onder de 83 procent CTV-kijkers aanzienlijk groter dan in andere landen. Volgens de onderzoekers komt dit verschil vooral doordat mannen nog steeds meer lineaire tv kijken voor sportuitzendingen. Aangezien steeds meer sportrechten naar CTV zullen verschuiven, verwachten de onderzoekers dat de percentages van mannelijke en vrouwelijke CTV-kijkers in de toekomst dichter naar elkaar zullen toe groeien.

### **Nieuwe inzichten voor de markt**

Sarah Lewis, Global Director CTV bij ShowHeroes Group, zegt het volgende over het onderzoek: "Ons onderzoek uit 2022 was ambitieus en zette een gedurfde standaard, waarbij de grenzen van ons begrip van CTV werden verlegd. Sindsdien is CTV niet alleen gegroeid, het is getransformeerd, wat het essentieel maakt om onze inzichten te verdiepen. Dit nieuwste onderzoek bevestigt niet alleen onze toewijding aan CTV-innovatie, maar bereidt ook de weg voor de volgende golf van ontwikkelingen, zowel binnen ShowHeroes als in de hele industrie."

---

### **Over het onderzoek**

Het onderzoek dat uit twee fases bestond is uitgevoerd in zes Europese landen: het Verenigd Koninkrijk, Duitsland, Frankrijk, Spanje, Nederland en België. De eerste fase was een onderzoek dat gericht was op het gedrag en de houding van gebruikers als het gaat om het kijken naar CTV versus lineaire tv. We voerden dit onderzoek uit in zes belangrijke markten in Europa. Het tweede deel van het onderzoek maakte gebruik van een gesimuleerde CTV-omgeving en eye-tracking-technologie om dieper inzicht te krijgen in ad recall, message recall en likeability van de advertenties op het CTV-scherm. Het onderzoeksrapport dat vanaf vandaag te downloaden is, geeft hierdoor een diepgaand inzicht in het (kijk)gedrag en in de (advertentie)mogelijkheden van CTV binnen Europa.

Voor meer informatie over het onderzoek van ShowHeroes Group, inclusief interviewmogelijkheden, inzicht in de methodologie en een gedetailleerde analyse per land van CTV-gebruik en -gedrag, neem contact op met ShowHeroes Global Director CTV, Sarah Lewis, via [sarah.lewis@showheroes-group.com](mailto:sarah.lewis@showheroes-group.com).

---

### **ABOUT SHOWHEROES**

ShowHeroes is a global leader in delivering sustainable and innovative digital video advertising and CTV solutions that create meaningful connections between brands and consumers, ensuring impactful media experiences.

As a co-publisher to leading online media outlets, the company upholds editorial excellence across a network of close to 2 bln unique users and almost 80 bln views per month (total/ across all channels), promoting quality journalism from the most reliable information and entertainment sources.

With a privacy-first approach, ShowHeroes' video solutions and semantic targeting technology, paired with matched video content, drive value and relevance for both users and advertisers.

Founded in 2016 by Ilhan Zengin, Mario Tiedemann, and Dennis Kirschner with headquarters in Berlin, the company launched ShowHeroes Group in 2020. Composed of its core brand ShowHeroes, production entity ShowHeroes Studios, performance marketing solutions provider Agon Digital, and The Digital Distillery, a networking event and content platform, the group employs 400 people worldwide with operations in 25 markets throughout Europe, LATAM, the US, and Asia.

According to Deloitte, ShowHeroes Group is one of the 50 fastest-growing technology companies in Germany and was awarded the "Technology Fast 50" prize in 2021, 2022 and 2023. For the Financial Times' "FT 1000" 2023, which ranks Europe's fastest-growing companies, ShowHeroes Group is in the top 60 companies overall, second in Germany for growth, and third in the advertising and marketing sector.

More information on [showheroes.com](https://showheroes.com)

---

**Voor meer informatie en interviewaanvragen kunt u contact opnemen met:**

- Ilhan Zengin | Founder ShowHeroes Group | +49 175 96 21 223 | [ilhan.zengin@showheroes.com](mailto:ilhan.zengin@showheroes.com)
- Tim Samsom | Country Manager Nederland ShowHeroes Group | +316 124 98 040 | [tim.samsom@showheroes.com](mailto:tim.samsom@showheroes.com)

**WHY CTV REIGNS  
SUPREME IN THE  
ATTENTION  
ECONOMY:  
PART 2**

**Sarah Lewis**  
Global Director CTV

**Tim Samsom**  
Country Manager  
Netherlands

**SHOWHEROES** **KINESSO**