

# Pressemitteilung

## **Zattoo erreicht mit dynamischen Video Ads bereits jeden siebten Schweizer über Connected-TVs**

**Zürich, 13. Dezember 2021 – Zattoo hat im laufenden Jahr die Reichweite seines Werbegeschäfts auf Connected-TVs (CTV) signifikant ausgebaut. Immer mehr TV-Sender nutzen die Dynamic-Ad-Substitution-Technologie auf der Zattoo Plattform. Neben der eigenen TV-Streaming-App bietet die Werbeplattform von Zattoo auch Zugang zu Werbeinventaren über die eigenen B2B-Kunden. Dazu zählen in der Schweiz mehrere relevante TV-Verbreiter, unter anderem der TV-Service des Mobilnetzbetreibers Salt. Insgesamt erreicht die Werbeplattform von Zattoo auf CTVs bereits 15 Prozent der Schweizer Bevölkerung und macht sie damit zu einer attraktiven Alternative gegenüber internationalen Videoplattformen wie YouTube.**

Immer mehr Menschen besitzen und nutzen internetfähige TV-Geräte. Diese Entwicklung wurde nicht zuletzt durch die Corona-Krise befeuert. Bei Zattoo schaut bereits die Mehrheit der Nutzer ihr TV-Programm auf Connected-TVs. In den letzten fünf Jahren ist der Anteil der gestreamten Stunden auf CTVs bei Zattoo von 12 Prozent auf aktuell 65 Prozent gestiegen – und nimmt weiterhin stetig zu.

“Die Entwicklung auf CTVs zeigt, dass sich die Nutzung von TV-Streaming immer weiter ins Wohnzimmer verlagert. Zattoo ist heute für viele bereits eine vollumfängliche TV-Alternative und ersetzt vielerorts den klassischen Kabelanschluss“, so Oliver Knappmann, Chief Advertising Officer bei Zattoo. “Inzwischen bieten wir Werbeinventare aber nicht mehr nur über unsere eigene TV-Streaming-App, sondern als eigenständige Werbeplattform auch im Umfeld unserer B2B-Kunden. Aus diesem Grund haben wir heute eine sehr hohe technische Reichweite und ermöglichen Werbekunden Zugriff auf eine spannende Zielgruppe in einem sehr hochwertigen Content-Umfeld.”

Über die Werbeplattform von Zattoo können Werbekunden pro Monat mehr als 30 Millionen dynamische Video-Inventare auf CTVs buchen. Das ist viermal so viel wie noch im Vorjahr. Dazu beigetragen hat vor allem die Ausweitung der Plattform-Reichweite über B2B-Kunden und die damit erhöhte Anzahl von Nutzern auf CTV-Geräten, die TV-Streams aus dem Zattoo Backend aufrufen. Lag die Anzahl der eindeutig identifizierbaren Empfangsgeräte vor zwei Jahren im Durchschnitt noch bei 650.000 Geräten pro Monat, so hat sich diese Zahl in 2021 verdoppelt. Mit einer Nettoreichweite von



1,2 Millionen Geräten, davon 65 Prozent auf CTVs, hat sich auch die Anzahl der für Werbezwecke verfügbaren Video-Spots auf diesen Geräten vervierfacht. Mit der eingesetzten Dynamic-Ad-Substitution-Technologie können diese Werbeblöcke über die Werbeplattform von Zattoo dynamisch und zielgruppenspezifisch ausgetauscht werden.

Auch in 2022 wird das Werbegeschäft von Zattoo die Anzahl von buchbaren dynamischen Video-Inventaren weiter ausbauen. Grund dafür ist die Zunahme zahlender Nutzer in der eigenen TV-Streaming-App, der Zugewinn weiterer Kunden im B2B-Geschäft sowie die wachsende Anzahl von TV-Sendern, die an der Dynamic-Ad-Substitution-Technologie teilnehmen und an die Werbeplattform von Zattoo angeschlossen werden.

### **Über Zattoo**

[Zattoo](http://www.zattoo.com) ([www.zattoo.com](http://www.zattoo.com)) ist einer der führenden TV-Streaming-Anbieter in Europa mit rund 3 Millionen Nutzern monatlich. Das 2005 gegründete Unternehmen beschäftigt über 200 Mitarbeiter und hat seinen Hauptsitz in Zürich sowie einen weiteren Standort in Berlin. Nutzer in der Schweiz, Deutschland und Österreich schauen über Zattoo alle beliebten TV-Sender in HD- und Full-HD-Qualität sowie eine Vielzahl an Video-On-Demand-Inhalten. Dabei steht Zattoo auf fast allen Endgeräten zur Verfügung, darunter Smart-TVs, PCs und Laptops, Streaming-Playern sowie Smartphones und Tablets. Neben der freien Nutzung bietet Zattoo in seinen kostenpflichtigen Abonnements auch Funktionen für zeitversetztes Fernsehen sowie EU-weites Streaming an. Seit 2012 bietet Zattoo seine Technologie auch Medienunternehmen und Netzbetreibern weltweit als TV-as-a-Service-Plattform an. Die Schweizer TX Group, ein digitaler Hub und Netzwerk von Medien und Plattformen, ist seit 2008 an Zattoo beteiligt und hält seit 2019 über 50 Prozent.

### **Pressekontakt**

Antonia Mann, PR-Managerin, +49 151 54178204, [press@zattoo.com](mailto:press@zattoo.com)

Unser Logo können Sie [hier](#) herunterladen.

Für weitere Informationen: <https://zattoo.com/company/press/>

Folgen Sie uns auch auf [LinkedIn](#).