

Pressemitteilung

Nachfrage nach dynamischen Video Ads auf Connected TV's legt bei Zattoo in 2020 deutlich zu

Berlin/Zürich, 02. Februar 2021 – Der TV-Streaming-Anbieter Zattoo verzeichnet für 2020 eine starke Nachfrage nach dynamischen Video Ads auf Connected-TVs. Im letzten Jahr spielte Zattoo mehr als 90 Millionen Video Ads über internetfähige TV-Geräte auf der eigenen Plattform aus. Die Anzahl der teilnehmenden TV-Sender hat sich mehr als verdoppelt, wodurch Zattoo die verfügbare Werbefläche signifikant erhöhen konnte. Vor allem der Anteil, der durch die Dynamic Ad Substitution Technologie eingesetzten TV-Werbung, steigt auf 80 Prozent.

Die Nachfrage nach dynamischen Video Ads, besonders auf internetfähigen TV-Geräten, ist beim TV-Streaming-Anbieter Zattoo im letzten Jahr stark gestiegen. Mehr als 90 Millionen Video Ads wurden auf der eigenen Plattform in 2020 über Connected-TVs ausgespielt. Besonders hoch ist die Nachfrage nach dem von Zattoo eingesetzten Werbeformat Dynamic Ad Substitution (DAS). So stieg der Anteil von TV-Werbung, die durch DAS ausgespielt wird, von 10 Prozent in 2019 auf über 80 Prozent in 2020.

Die Anzahl der teilnehmenden TV-Sender, bei denen die dynamischen Video Ads über Connected-TVs ausgespielt werden, hat sich im letzten Jahr mehr als verdoppelt. Zudem verzeichnet Zattoo eine fortlaufend wachsende Nutzung auf Connected-TVs. Bereits 60 Prozent der Zattoo-Nutzer streamen ihr Fernsehen über ein internetfähiges TV-Gerät – Tendenz steigend. Dadurch hat sich in 2020 die bei Zattoo verfügbare Werbefläche für dynamische Video Ads signifikant erhöht.

“Die positiven Entwicklungen in unserem Werbebereich zeigen, dass trotz Corona eine grosse Nachfrage nach unseren Werbeformaten besteht, besonders auf Connected-TVs”, so Oliver Knappmann, Chief Sales Officer bei Zattoo. “Das liegt zum einen natürlich an dem gestiegenen TV-Konsum im letzten Jahr. Zum anderen, aber auch an dem enormen Potenzial und der steigenden Relevanz von dynamischen Video Ads, welche immer mehr Werbetreibende für sich entdecken. TV-Werbung, die mithilfe von DAS ausgetauscht wird, bietet nicht nur eine bessere Performance, sondern ist vollständig programmatisch und schon in geringen Mengen automatisiert buchbar. Damit ist sie auch für Werbekunden interessant, die sich TV-Werbung sonst nicht leisten können.”



Hohe Nachfrage durch bessere Performance

Die hohe Nachfrage nach dynamischen Video Ads auf internetfähigen TV-Geräten liegt laut Zahlen des TV-Streaming-Anbieters an der bessere Performance im Vergleich zu herkömmlichen Werbeformaten. So liegt die Completion-Rate der Video Ads auf Connected-TVs bei rund 97 Prozent. Auf anderen Geräten liegt diese Rate nur bei rund 73 Prozent. In den letzten beiden Quartalen liefen bei Zattoo im Schnitt mehr als 200 unterschiedliche Kampagnen über DAS. Seitdem Zattoo vor einigen Jahren mit dieser Technologie im Auftrag der teilnehmenden TV-Sender gestartet ist, konnte bereits ein signifikanter Betrag an diese TV-Sender-Partner ausgeschüttet werden.

Immer mehr Sender setzen auf dynamische Video Ads

Zu den aktuell 18 Sendern gehören unter anderem SPORT1, TELE 5, TLC, HGTV sowie DMAX. Auch der Broadcaster WELT TV setzt mit seinen beiden Sendern WELT (ehemals N24) und N24 Doku auf die Dynamic-Ad-Substitution-Technologie von Zattoo.

TV-Sender zeigen ein verstärktes Interesse nach dynamischen Video Ads, besonders auf Connected TVs. Zattoo ist dazu aktuell in weiteren Gesprächen mit relevanten öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern. Auch in 2021 plant Zattoo mit einer wachsenden Reichweite für dynamische Video Ads sowie entsprechenden Verkäufen auf Connected-TVs.

Unser Logo können Sie hier herunterladen: <https://bit.ly/38Mcf18>

Über Zattoo

[Zattoo](http://www.zattoo.com) (www.zattoo.com) ist einer der führenden TV-Streaming-Anbieter in Europa mit rund 3 Millionen Nutzern monatlich. Das 2005 gegründete Unternehmen beschäftigt über 170 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. Für Werbekunden bietet Zattoo Platzierungen für digitale Werbeformate mit Schwerpunkt auf Video Ads. Mit Dynamic Ad Substitution (DAS) ermöglicht Zattoo die direkte Video Ad Überblendung, nach Zielgruppen segmentierter Video Spots, in den linearen TV-Werbeblock. 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 54 78204, press@zattoo.com

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

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

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