

Zattoo setzt im CTV-Werbe­geschäft auf goTom als Ad-Sales-Management-Plattform



Zürich, 15. September 2026 – Zattoo entwickelt seine Sales-Infrastruktur im CTV-Werbe­geschäft weiter und setzt künftig auf die Ad-Sales-Management-Plattform von goTom. Diese bündelt CRM, Order Management und Abrechnung in einem System und automatisiert den kompletten Ad-Sales-Prozess von der Angebotserstellung bis zur Rechnungsstellung.

Der CTV-Markt zählt zu den am schnellsten wachsenden Segmenten der digitalen Werbebranche. Für das Vermarktungsteam bei Zattoo bedeutet das vor allem, das Geschäft und die operativen Abläufe konsequent skalierbar zu machen – durch eine professionelle Weiterentwicklung des Ad Managements und bestehender Prozesse, die von Anfang an auf die Anforderungen der kommenden Jahre ausgerichtet ist. Die Partnerschaft mit goTom setzt genau hier an und markiert einen essenziellen Schritt in der Weiterentwicklung von Zattoos Sales-Infrastruktur: Abläufe werden schneller und reibungsloser, und der CTV- und TV-Streaming-Anbieter macht sich fit für eine zunehmend KI-getriebene Zukunft.

„Was uns an der Zusammenarbeit mit Zattoo begeistert, ist das Potenzial für signifikanten Business-Impact: Unsere Plattform verbessert und optimiert die zentralen Use Cases ihres Vermarktungsteams – von der Geschwindigkeit im Tagesgeschäft über die Sichtbarkeit des Inventars bis zum Zugang für Werbetreibende. Mit KI im Kern von goTom geben wir diesem Wachstum die nötige Struktur“, sagt Yasin Korkmaz, Senior Account Executive bei goTom.

Was sich für Zattoo dadurch konkret durch die Zusammenarbeit verändert:

- CRM, Order Management und Abrechnung laufen über ein System, wodurch Angebote, Buchungen und Rechnungen aus einem durchgängigen Prozess entstehen.
- CTV-Buchungen – etwa für Dynamic Ad Insertion (DAI) oder action-triggered Interstitials – lassen sich dynamischer, schneller und mit weniger manuellem Aufwand erstellen, ändern und aktivieren.
- Weniger manuelle Fehlerquellen, eine intuitive UI und datengestützte Empfehlungen erleichtern die Arbeit, beschleunigen die Abläufe und geben dem Team mehr Raum für Kundenstrategie und Beratung statt administrativer Routine.

„Im CTV-Geschäft entscheidet oft Geschwindigkeit: Wie schnell wir auf kurzfristige Nachfrage reagieren, Inventar neu bewerten und Kampagnen anpassen können. Als CTV-Saleshouse in der Schweiz ist für uns die zentrale und flexible Steuerung verschiedener Publisher-Inventare entscheidend. Genau da macht sich der Unterschied bemerkbar: goTom automatisiert nicht nur diese komplexen Prozesse, die Plattform ist auch von Grund auf für den Einsatz von KI gebaut – etwa bei der Erstellung von Angeboten und Reportings. Das gibt uns einen echten Effizienzvorsprung im Markt“, sagt Jan Luley, Director Advertising Operations bei Zattoo.

An der DMEXCO 2026 am 23. und 24. September in Köln teilen sich goTom und Zattoo einen gemeinsamen Stand (Halle 8.1, Stand E-029, IAB Switzerland). Wer beide Unternehmen und die Partnerschaft persönlich kennenlernen möchte, ist herzlich willkommen.

Über goTom

goTom (www.gotom.io) ist die führende, 2015 in Zürich gegründete Ad-Sales-Management-Plattform für zukunftsfähige Teams in Europa. Die SaaS-Lösung macht komplexes Ad-Sales-Management einfach, strafft Workflows und schafft Teams Freiraum, sich auf das zu konzentrieren, was wirklich zählt. Kern der Plattform ist das CRM, das Order Management sowie der native AdCP Sales Agent, der Kampagnenprozesse automatisiert abwickelt.

Über Zattoo

Zattoo (www.zattoo.com) ist einer der führenden TV-Streaming-Anbieter in Europa mit mehreren Millionen Nutzerinnen und Nutzern monatlich. Das 2005 gegründete Unternehmen beschäftigt mehr als 220 Mitarbeitende und hat seinen Hauptsitz in Zürich sowie einen weiteren Standort in Berlin. In der Schweiz, Deutschland und Österreich bietet Zattoo alle beliebten TV-Sender in HD- und Full-HD-Qualität sowie eine Vielzahl von 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. Seit 2012 bietet Zattoo seine Technologie auch Medienunternehmen und Netzbetreibern weltweit als TV-as-a-Service-Angebot an. Zudem bietet Zattoo CTV-Advertising- und AdTech-Lösungen für Werbetreibende und Partner im Streaming-Umfeld. 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. Seit 2021 leistet Zattoo einen Beitrag zum Klimaschutz und ist ClimatePartner-zertifiziert.

Pressekontakt

Tina Thommen, +41 76 324 79 63, press@zattoo.com

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

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

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