

PRESSEMITTEILUNG

crossvertise launcht ersten anbieter-übergreifenden Planer für Connected TV-Kampagnen in Deutschland

München, 23. September 2024 – Mehr Transparenz und leichter Zugang: Mit dem bundesweit ersten Connected TV (CTV)-Planungstool des Münchner Media-Dienstleisters crossvertise GmbH erhalten Unternehmen die Möglichkeit, Werbekampagnen auf Video-Streamingdiensten selbstständig und anbieterübergreifend zu planen. Anlass für die Entwicklung des Tools ist die zunehmende Nachfrage nach zielgruppenspezifischer Bewegtbildwerbung sowie die bislang noch hohen Barrieren bei der Buchung dieses Werbekanals. Bisher war das Angebot an CTV-Inventar aufgrund einer Vielzahl von Anbietern stark fragmentiert. Besonders kleinen und mittelständischen Unternehmen (KMUs) eröffnet der Planer daher den direkten Zugang zu Netflix, Prime Video, waipu.tv und allen anderen bekannten Anbietern.

Tool vereinfacht den Zugang zu Connected TV für KMUs

Unternehmen können sich unverbindlich über die Preisstruktur von CTV informieren und werden feststellen, dass diese im lokalen Umfang bereits ab einem vierstelligen Budget realisiert werden können. Mit dem Launch des Tools sollen neben der finanziellen Hürden gleichzeitig die technischen Hürden sinken, die KMUs aufgrund von begrenztem Vorwissen und mangelnden Ressourcen von der Buchung des Werbekanals abgeschreckt haben. Der Planer stellt eine benutzerfreundliche Plattform zur Verfügung, die auch ohne große technische Infrastruktur nutzbar ist. Zudem bündelt das Tool alle Anbieter an einem zentralen Ort, sodass Unternehmen ihre Planung über verschiedene Streaming-Anbieter hinweg durchführen können. Nach Absenden der Anfrage prüft ein/e Mediaberater/in die abgeleitete Strategie und optimiert diese in Absprache mit dem Kunden.

„Unser Anliegen ist es, die Buchung von CTV-Werbung und die Umsetzung der Kampagnen barrierefrei zu gestalten,“ erklärt Thomas Masek, Co-CEO der crossvertise GmbH. „Mit dem CTV-Planer haben Unternehmen jeder Größe die Möglichkeit, ihre Kampagnen selbstständig zu planen - auch mit kleineren Budgets. Das sorgt zum einen für mehr Transparenz. Zum anderen eröffnet das Tool allen Unternehmen den Zugang zu einer Werbeform, die teilweise nicht direkt buchbar ist oder bei Direktbuchung zu hohe Mindestbuchungsvolumen hätte.“

Connected TV ist im Aufwärtstrend

Der Markt für Connected-TV-Werbung wächst rasant. CTV bietet die gezielte Ansprache von Zielgruppen auf Basis von Online-Daten wie Geographie, demografischen Merkmalen,

Interessen und Verhalten. Währenddessen stehen für lineares Fernsehen in der Regel statistisch erhobene Daten wie Affinitäten und Sehgewohnheiten zur Verfügung, um zielgruppenspezifisch zu planen. Die noch präziseren Targeting-Möglichkeiten von Connected TV erhöhen die Relevanz der Werbung für den einzelnen Zuschauer und maximieren die Effektivität der Kampagnen. Laut aktuellen Daten [des Portals Statista](#) belaufen sich die Werbeausgaben für Digitale Videowerbung in Deutschland im Jahr 2024 auf etwa 1,50 Mrd. Euro, wobei die CTV-Werbung einen Anteil von rund 384,10 Mio. Euro ausmacht. Die Prognosen zeigen ein kontinuierliches Wachstum dieses Segments, das bis 2029 ein Marktvolumen von 465,50 Mio. Euro erreichen wird. Ein Trend, der sich in der Streaming-Landschaft zudem abzeichnet, ist die Zunahme von werbefinanzierten Abos. So ergab die aktuelle Streaming-Studie von Simon Kucher: Nutzer:innen wollen vermehrt bei Streaming-Diensten sparen – und sind zunehmend offener für günstigere, werbefinanzierte Abos. Auch diese Entwicklung wird die Nachfrage nach CTV-Werbung weiter ankurbeln.

„Das Interesse an CTV ist sehr hoch - wir haben bereits jetzt 30 Prozent mehr CTV-Aufträge erhalten als im gesamten Vorjahr“, so Masek. „In der Vergangenheit haben wir trotzdem immer wieder festgestellt, dass kleine und mittelständische Unternehmen noch zu wenig Know-how zu diesem Werbemedium haben und sich noch nicht so richtig trauen. Es herrscht also Aufklärungsbedarf - und genau da möchten wir mit dem neuen Tool ansetzen.“

Link zum CTV-Planer von crossvertise: <https://www.crossvertise.com/ctv-planer>

Über die crossvertise GmbH:

Die crossvertise GmbH kombiniert seit mehr als 10 Jahren Media-Selbstbuchung und individuelle Mediaberatung. Auf Deutschlands umfassendster Buchungsplattform [crossvertise.com](https://www.crossvertise.com) können Unternehmen und Agenturen alle Werbemedien – von Plakat-, Print- und Radio- über Online- bis zu Kino- und TV-Werbung – einfach vergleichen, direkt planen und buchen-. Darüber hinaus entwickelt das Team erfahrener Mediaberater:innen unter der Mediaagentur-Marke [crossadvise](https://www.crossadvise.com) individuelle Media-Strategien und setzt diese in wirkungsvolle Werbekampagnen um. Zu den Kunden der crossvertise GmbH zählen u.a. Dorint Hotels & Resorts, Mey Bodywear und Bimmerle Private Distillery. Das Unternehmen mit Standorten in München und Köln wurde 2011 gegründet und beschäftigt rund 70 Mediaprofis und Technologie-Expert:innen. Geschäftsführer sind Maximilian Balbach und Thomas Masek.

Mehr unter [crossvertise.com](https://www.crossvertise.com) und [crossadvise.com](https://www.crossadvise.com).

Pressekontakt:

crossvertise GmbH
Carola Konz
T: +49 89 45 21 45-183
M: c.konz@crossvertise.com

crossvertise GmbH
Denise Moscariello
T: +49 89 45 21 45- 136
M: d.moscariello@crossvertise.com