

... Von Dinko Fejzuli

Im Mai dieses Jahres gestartet, präsentierte die ProSiebenSat.1 Puls 4-Gruppe Neuerungen und Erweiterungen für ihre Streaming-Plattform namens Joyn. Sie baut auf der App Zappn auf und erweitert diese, um den heimischen Medienstandort im Wettbewerb mit Digitalriesen zu stärken, so Geschäftsführer Markus Breitenacker beim damaligen Presetermin. Joyn ist kostenlos und werbefinanziert, die User müssen sich lediglich mit wenigen Klicks registrieren.

Die Plattform umfasste zum Start über 50 Livesender – darunter auch den ORF –, zahlreiche Radiosender, ca. 15 Mediatheken, Filme und Streaming-Only-Produktionen. Sechs Monate nach dem Launch sind es nun bereits mehr als 80 Live-Sender und 30 umfassende Mediatheken. Lediglich die Sender der RTL-Gruppe fehlen noch.

Zuspruch der User

Bisher läuft der Zuspruch der User mehr als positiv, denn mittlerweile nutzen Joyn gut eine Mio. Menschen pro Monat.

Und positiv für die Sender: Es gibt auch eine gemeinsame Vermarktung, und die Zuschauer der jeweiligen Sender werden nachträglich in die Quote der einzelnen Sender on top dazugerechnet.

Die Strategie, den Dienst für die User gratis anzubieten, ist in dieser Form einzigartig, doch ist man bei den Verantwortlichen vom Erfolg mehr als überzeugt. Michael Stix im Gespräch mit medianet: „Wir sehen, dass die klassische, lineare TV-Nutzung leicht stagniert, aber gleichzeitig Streaming am großen TV-Schirm deutlich zunimmt. Mit unserem Angebot kommen wir dieser Entwicklung mehr als entgegen. Vor allem auch bei den

”

Wir arbeiten intensiv an Partnerschaften mit den Geräteherstellern, um uns diesen Platz gleich auf der ersten Oberfläche zu sichern.

Michael Stix
CCO P7SIP4

“

Jungen kommt Joyn super an: 50 Prozent der Joyn-User sind unter 30 Jahre jung.“

Aktuell gäbe es innerhalb der Anbieter wie Netflix, YouTube & Co. einen regelrechten Kampf um die vorderen Plätze auf dem Home-Screen bei den Smart-TV-Herstellern. Und mit Joyn sei man – als eine Plattform für fast alle TV-Sender – mit einer eigenen Kachel am Smart-TV-Schirm vorne dabei.

„Wir arbeiten intensiv an Partnerschaften mit den Geräteherstellern, um uns diesen Platz gleich auf der ersten Oberfläche zu sichern“, so Stix.

Smart-TV-Welle hilft

Jedes neue gekaufte TV-Gerät sei „smart“, womit auch die technische Reichweite für Content via Stream stetig wachse, und da müsse man dabei sein. Stix rechnet vor allem im Jahr 2024 mit den zwei Sport-Großereignissen Olympische Spiele und Fußball-EM mit einem regelrechten Boost beim Absatz von Smart-TV-Geräten.

Die aktuelle, durchaus herausfordernde wirtschaftliche Lage in den Haushalten sieht Stix dabei als Vorteil für das kostenlose Angebot von Joyn, denn wenn

Menschen sparen müssen, dann sind diverse Abos ganz oben auf der Liste“, so seine Überlegung und für ihn ein Grund mehr, das Angebot auch kostenlos zu belassen.

Und betrachtet man die Nutzungszeiten, so seien auch die registrierten Userinnen und User für die Werbewirtschaft eine äußerst interessante Zielgruppe, so Stix.

Sieht man sich die Nutzung an, so liegt diese aktuell bei fast zwei Stunden. „Das sind keine schnell gefangenen Zapper, sondern TV-Konsumentinnen und -Konsumenten, die das Content-

Angebot sogar zu 70 Prozent sehr bewusst am großen Screen nutzen und auch entsprechend interessant für die werbetreibende Wirtschaft sind – sprich echte Konsumenten, die auch echte Produkte kaufen, und keine Bots irgendwo im World Wide Web“, so Stix.

Entsprechend lohnend sei es, auf Joyn zu werben.

Tausch der Werbeblöcke

Im Streaming-Angebot werden die klassischen Werbeblöcke durch auf die Zielgruppe angepasste ersetzt, wobei der Verkauf nicht über die klassische



80 Live-Programme und 30 Mediatheken sind auf Joyn kostenlos erhältlich.

”

Wir haben echte Konsumenten, die auch echte Produkte kaufen, und keine Bots irgendwo im World Wide Web.

... über eine Million registrierte User

“

TV-Vermarktung, sondern über die Digitalvermarktung laufe, so Stix, womit die Spots nicht one to many, sondern eben bis hin zu one to one möglich wären.

Und einen weiteren Bonus bietet Joyn ebenfalls: Mit dem fortschreitenden Tausch der TV-Geräte hin zu Smart-TV etwa in Krankenhäusern, Fitnesscentern oder vor allem auch Hotels kämen stetig neue potenzielle Zuseherinnen und Zuseher hinzu, denn „Sie dürfen nicht vergessen, im Gegensatz zu Netflix und Co ist Joyn auch dort gratis nutzbar“, so Stix abschließend.