

## PRESSEMITTEILUNG

### **Seven.One Entertainment Group schärft ihr Digitalangebot und baut vermarktbare Reichweite 2022 weiter aus**

**Unterföhring, 19. Januar 2022.** Die Seven.One Entertainment Group schärft ihr Digitalangebot im neuen Jahr: „Wir werden unsere vermarktbare digitale Reichweite 2022 weiter steigern. Mit der Anpassung unserer digitalen Angebote und der Konzentration auf ein zukunftsfähiges, starkes Digitalportfolio stellen wir hier die Weichen klar auf Wachstum“, erklärt Wolfgang Link, Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE und CEO Seven.One Entertainment Group. In diesem Zug überarbeitet die Entertainment-Company ihr App- und Online-Angebot und macht Joyn zum zentralen Element ihrer Streaming-Strategie. „In den vergangenen Monaten haben wir unser digitales Angebot und die digitalen Plattformen, auf denen wir unseren Content ausspielen, auf den Prüfstand gestellt. Wer künftig Inhalte unserer Sendermarken ProSieben, SAT.1, Kabel Eins oder sixx auf dem Smart-TV, auf Tablets oder Smartphones erleben will, kommt an Joyn nicht vorbei. Bereits heute bietet Joyn Zugriff auf unsere Live-TV-Angebote, eine umfassende Mediathek und exklusive Previews und Catch-ups unserer Formate. In diesem Jahr bauen wir unser Inhalte-Angebot weiter aus: Auf Joyn werden 2022 rund einhundert Previews unserer Prime-Time-Formate exklusiv zu sehen sein. Damit geben wir den Zuschauer:innen ein klares Versprechen: Sämtliche Inhalte unseres Hauses finden sie auf Joyn – live, als Preview oder On-Demand. Das macht Joyn zu einem noch attraktiveren Angebot im deutschen Streamingmarkt.“

Infolgedessen werden die einzelnen Sender- und Brand-Apps – mit Ausnahme von „ran“ und der „Zappn“-App in Österreich und der Schweiz – im Laufe des Frühjahres 2022 aus den App-Stores genommen. Den Auftakt macht die „Galileo“-App bereits zum 31. Januar. Alle Inhalte finden die User:innen dann im neuen ProSieben-Web-Kosmos unter <https://www.galileo.tv/>. Das Online-Angebot der Senderwebsites erhält ein Face-Lift, bleibt aber inhaltlich nahezu unverändert. „Im Web fokussieren wir uns künftig auf unsere Senderseiten sowie auf unsere erfolgreiche Sport-Marke ran.de und schrauben die Benutzerfreundlichkeit weiter nach oben. Dazu implementieren wir eine übergreifende und leistungsfähige Technologie, die die Ausspielung unserer Inhalte noch flexibler macht und die Auffindbarkeit optimiert. Darüber hinaus arbeiten wir an einem Angebot für unsere Distributionspartner, um so die Reichweite für unsere Inhalte weiter steigern zu können“, so Wolfgang Link.

**Pressekontakt:**

Maurice Böhler, Michael Benn

Communications & PR, Strategy, Digital & Sales

phone: +49 (0) 89 95 07-4139, -1188

email: [maurice.boehler@seven.one](mailto:maurice.boehler@seven.one), [michael.benn@seven.one](mailto:michael.benn@seven.one)

**Seven.One Entertainment Group GmbH**

Medienallee 7 · 85774 Unterföhring // [www.Seven.One](http://www.Seven.One)