



Pressemitteilung

Kwizzad erweitert sein Publisher-Netzwerk

## Dating-Plattform LOVOO wird Kwizzad-Publisher

- Quiz-Mechanik lässt Nutzer mit Marken interagieren
- Alternative Payment Solution für LOVOO-Nutzer

**Berlin, 20.06.17** – Ab Anfang Juni unterstützt die Monetarisierungsplattform Kwizzad die Dating-App LOVOO bei der Monetarisierung und gewinnt damit den ersten Publishing-Partner aus der Dating-Branche. Kwizzad macht die aus der TVSmiles-App bekannte Quiz-Mechanik, bei der die Zielgruppe spielerisch mit den Werbebotschaften interagiert, für App-Publisher verfügbar. LOVOO-Nutzer erspielen sich durch die Beantwortung verschiedener Quiz-Ads zu werbetreibenden Marken spezielle Credits, die sie direkt als virtuelles Zahlungsmittel innerhalb der LOVOO-App verwenden können. “Interaktive Werbeformate wie Quizkonzepte werden gut angenommen und erzeugen ein höheres Ad-Involvement. Zusätzlich erhalten unsere Nutzer auf unterhaltsame Art und Weise eine Alternative Credits zu sammeln”, sagt Tobias Börner, Chief Marketing Officer von LOVOO.

### **Kwizzad als alternative Payment Solution**

Mit Credits stehen den Nutzern von LOVOO virtuelle Zahlungsoptionen zur Verfügung, um verschiedene Funktionen innerhalb der Dating-App freizuschalten. Bisher konnten diese Credits mit Hilfe der gängigen Zahlungsdienstleister iTunes, Google Play und PayPal erworben werden. Mit Kwizzad erweitert LOVOO seine Auswahl um einen alternativen Zahlungsanbieter.

“Advertiser maximieren mit Kwizzad als Fullservice-Dienstleister für Performance Marketing die durchschnittliche Interaktionszeit mit der Marke auf bis zu drei Minuten, in denen sich die Zielgruppe intensiv und ausschließlich mit der Marke beschäftigt“, sagt Kerstin Elsholz, Chief Sales & Marketing Officer der TVSmiles GmbH. “Gleichzeitig garantiert Kwizzad Publishern über das spielerische Werbeformat eine neue Art der Monetarisierung mit CPMs über typischen Markt-Niveaus”.

## **Ausbau des Publisher-Netzwerks**

Mit LOVOO wächst das Publisher-Netzwerk der Monetarisierungsplattform Kwizzard weiter an. Durch die Kooperation mit der Dating-Plattform erreicht Kwizzard eine deutliche Steigerung der Reichweite für die eigenen Gamified Werbeformate.

“Mit über 65 Millionen Nutzern weltweit, gehört LOVOO zu den größten Publishern in unserem Netzwerk“, erklärt Elsholz. “Vor allem unter den jungen Nutzern versprechen wir uns eine weitere, deutliche Steigerung unserer Reichweite von der vor allem unsere Advertiser profitieren“.

## **Über Kwizzard**

Die Monetarisierungsplattform Kwizzard ist eine Marke des Native-Gamification-Experten TVSmiles GmbH und transformiert klassische Werbekampagnen in spielerische Werbeformate. Die Plattform macht die aus der TVSmiles-App bekannte Quiz-Mechanik für App-Publisher verfügbar. Advertiser maximieren mit Kwizzard als Fullservice-Dienstleister für Performance Marketing die durchschnittliche Interaktionszeit mit der Marke auf bis zu drei Minuten. Gleichzeitig garantiert Kwizzard Publishern über das spielerische Werbeformat eine neue Art der Monetarisierung mit CPMs deutlich über typischen Markt-Niveaus. Publisher und Advertiser profitieren von hohen Interaktionsraten und Conversions sowie, formatbedingt, integriertem Fraud-Schutz.

Der Ad-Platform-Betreiber TVSmiles GmbH prägte 2014 die digitale Werbewelt mit der prämierten TVSmiles-App, die mit mehr als 20 verschiedenen Quiz-Formaten und mehr als 50.000 Quizfragen Werbebotschaften spielerisch in Zielgruppen verankert. Die App verzeichnet inzwischen mehr als sechs Millionen Downloads in Deutschland sowie rund 42 Minuten App-Nutzung pro Nutzer und Tag und ist mit 6.000 ausgelieferten CPX-Kampagnen einer der Marktführer im Performance Sales. Das Unternehmen TVSmiles wurde Anfang 2013 gegründet, ist in Berlin ansässig und beschäftigt derzeit über 55 Mitarbeiter.

## **Pressekontakt**

Andrea Petzenhammer  
Agentur Frische Fische  
www.frische-fische.com  
mail: [ap@frische-fische.com](mailto:ap@frische-fische.com)  
phone: +49 (0)30 62901174