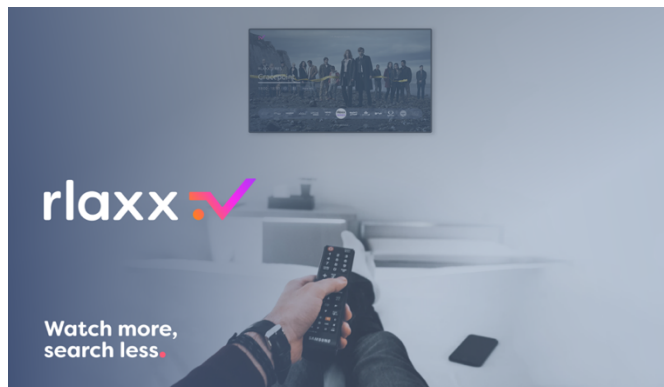


Grundstein für weltweite Verfügbarkeit: rlaxx TV ab sofort auf Samsung Smart TVs

- *Kostenloser werbefinanzierter Streaming-Service ab sofort auf weltweit größter Smart TV Plattform verfügbar*
- *Start auf Samsung Smart TVs entscheidender Schritt hin zu globaler Marktpräsenz*
- *Verfügbarkeit auf allen weiteren OTT-Geräten bis Ende des Jahres*
- *Markteinführung in den USA für Q1 2022 geplant*



Kiel, 21. Oktober 2021 – Der internationale Video Streaming Service rlaxx TV ist ab sofort auf Smart TVs der Marke Samsung verfügbar. Damit gelingt dem linearen werbefinanzierten Video-on-Demand-Service (FAST+AVOD) ein entscheidender Schritt in Richtung weltweiter technischer Reichweite. Aktuell ist rlaxx TV in der DACH-Region, Frankreich, Spanien, Portugal, Italien, Brasilien sowie dem Vereinigten Königreich verfügbar. In diesen Märkten ist rlaxx TV auf etwa 85% der Smart-TVs abrufbar.

Um auf das rlaxx TV-Angebot zugreifen zu können, müssen Nutzer*innen eines Samsung Smart TVs (ab Produktgeneration 2018) lediglich die rlaxx TV-App im Smart TV-Bereich ihres Gerätes suchen und diese zum entspannten Fernseherlebnis auf dem Homescreen positionieren. Alle Inhalte sind werbefinanziert und können von Zuschauer*innen vollständig kostenfrei genutzt werden.

„Als weltweit größter Smart TV-Anbieter ist die Verfügbarkeit auf Samsung-Geräten ein besonderer Meilenstein für uns. Das betrifft nicht nur die Märkte, in denen wir bereits

tätig sind, sondern gilt gerade auch für unsere Zukunftspläne. Das verdeutlicht unsere weltweiten Ambitionen, die wir konsequent verfolgen“, sagt Ronny Lutzi, CEO von rlaxx TV.

Richard Jakeman, Senior Director Business Development, Samsung Electronics,
ergänzt: *"Samsung ist bestrebt, seinen Nutzern das bestmögliche TV-Erlebnis, von der erstklassigen Bildqualität und Benutzeroberfläche bis hin zum wachsenden Angebot an Inhalten und Diensten auf der Plattform, zu bieten. Da die Verlagerung zum Streaming immer schneller voranschreitet, wird Samsung weiterhin zusätzliche Dienste hinzufügen, um die steigende Nachfrage nach FAST-Diensten auf der Plattform zu befriedigen und wir freuen uns, Teil der globalen Expansion von rlaxx TVs zu sein."*

rlaxx TV wird bis Ende des Jahres auf sämtlichen internet- und videofähigen Geräten verfügbar sein und sich nun verstärkt darauf konzentrieren, die technische Erreichbarkeit in weitere Länder auszuweiten, um eine höhere weltweite Reichweite zu erzielen. In den kommenden Monaten ist der Start in der Türkei, Australien und Neuseeland geplant.

Mit einer einzigartigen Themenvielfalt realisiert rlaxx TV-Angebote, die die Leidenschaften nahezu jeder noch so speziellen Zielgruppe ansprechen. Dieses Konzept nennt rlaxx TV "Premium Nische". Zu den aktuellen Medien-Partnern*innen zählen internationale Inhaber*innen von Video- und TV-Rechten für Premiuminhalte wie Nitro Circus, Street League Skateboarding, Comedy Dynamics, Young Hollywood, New KPop, New KFood, Afroland TV, PowerNation TV und weitere. Dieses inhaltliche Angebot wird kontinuierlich weiterentwickelt. rlaxx TV greift dazu auf ein globales Netzwerk an Content-Partner*innen zurück, das passgenaue Formate für viele Kategorien an rlaxx TV lizenziert – von Musik, Sport, Kids, Lifestyle, Adventure bis hin zu internationalen Spielfilmen.

Über rlaxx TV:

rlaxx TV ist ein internationaler linearer Advertising-Based Video-on-Demand (FAST+AVOD)-Anbieter mit Hauptsitz in Kiel. Das Angebot von rlaxx TV ist für Zuschauer*innen vollständig kostenfrei und werbefinanziert. Ziel des Unternehmens ist es, das nach modernen Standards beste Fernseherlebnis anzubieten. Deshalb sind die Inhalte bei rlaxx TV in kuratierten linearen Kanälen organisiert, um Zuschauer*innen lange Suchzeiten zu ersparen. Hinzu kommen erweiterte Funktionen wie eine Pause-, Neustart- oder Später-Anschauen-Option sowie die Möglichkeit auf alle Inhalte in einem On-Demand-Katalog zuzugreifen. Damit verbindet rlaxx TV das entspannte Erlebnis des linearen Fernsehens mit der Flexibilität eines VoD-Dienstes. Bezüglich der Inhalte greift rlaxx TV auf ein globales Netzwerk an Content-Partnern*innen zurück, die passgenauen Inhalte für Zuschauer*innen vieler Kategorien – von Musik, Sport, Kids, Lifestyle, Adventure bis hin zu internationalen Spielfilmen – anbieten.