

## Sky Media bleibt auf starkem Wachstumskurs

- Zweistelliges Umsatzwachstum im sechsten Jahr in Folge: 28 Prozent über Vorjahr
- Vermarktungserlöse der Partnerkanäle um 41 Prozent gestiegen
- Kundenwachstum um 8 Prozent
- Thomas Deissenberger, Geschäftsführer Sky Media: „Im letzten Geschäftsjahr haben wir unseren Wachstumskurs konsequent fortgesetzt und sind eine relevante Größe in den Mediaplänen der Werbetreibenden.“
- Martin Michel, Geschäftsführer Sky Media: „Die starken Monatsmarktanteile sind ein Beweis dafür, dass wir mittelfristig die drittstärkste Kraft auf dem deutschen Werbemarkt werden können.“

Unterföhring, 4. September 2017 – Sky Media GmbH zieht eine positive Bilanz zum Abschluss des Ende Juni abgelaufenen Geschäftsjahres 2017. Der Multiscreen-Vermarkter verzeichnet im sechsten Jahr in Folge ein zweistelliges Umsatzwachstum. Der Gesamtumsatz ist um 28 Prozent gegenüber dem Vorjahr gewachsen. Allein die Erlöse der von Sky Media vermarkteten Partnerkanäle sind um 40 Prozent gegenüber dem Vorjahreswert gestiegen und tragen signifikant zur positiven Bilanz bei. Die Zahl der Kunden stieg um 8 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Insgesamt 259 Neukunden kamen auf den Sky Plattformen hinzu. Marken wie Amazon, eBay International, Aldi Einkauf, Nintendo oder Bet3000 warben erstmalig auf Sky.

Thomas Deissenberger, Geschäftsführer Sky Media: „Im letzten Geschäftsjahr haben wir unseren Wachstumskurs konsequent fortgesetzt und sind eine relevante Größe in den Mediaplänen der Werbetreibenden. Diese Erfolgsgeschichte werden wir durch Wachstumfelder wie Sky 1, Sky Sport News HD oder skysport.de im kommenden Jahr fortschreiben.“

### **Starke Ausrichtung als Entertainment-Marke: Fiction und Sport**

Die Auslastungen der einzelnen Sparten Sport und Fiction (Filme, Serien) lagen im vergangenen Geschäftsjahr auf hohem Niveau. Die Auslastung der Werbeflächen auf den Sportkanälen lag bei durchschnittlich knapp 80 Prozent. Neue Impulse bringen in den kommenden Monaten neue Sportrechte wie die DKB Handball-Bundesliga, das umfangreiche Angebot auf dem einzigen deutschen Sportnachrichtensender Sky Sport News HD oder dem neuen Sportportal skysport.de. Mit Rückrundenbeginn der Fußball-Bundesliga ist Dynamic Ad Insertion und damit die separate Vermarktung von Sky Go erfolgreich gestartet – ab September wird Dynamic Ad Insertion auf das Umfeld der UEFA Champions League ausgeweitet.

Durch den konsequenten Ausbau des Entertainment-Angebots mit den neuen Sendern Sky 1 HD, Sky Cinema Family HD und Sky Arts HD konnte Sky Media im vergangenen Jahr neue Premium-Zielgruppen ansprechen und das Inventar signifikant ausbauen. Die Auslastung im fiktionalen Bereich war auf hohem Niveau. So waren durchschnittlich 70 Prozent der Werbeflächen auf den Fiction-Sendern ausgebucht. Mit Spiegel TV Wissen und Geschichte sowie den Sendern der Highview Gruppe, RCK.TV und Planet, konnte das Mandantengeschäft sukzessive

ausgebaut werden. Zudem vermarktet Sky Media seit Juni auch die OTT-Angebote von NBC Universal und A+E Networks Germany. Die Werbeflächen bei den Partnersendern waren durchschnittlich zu 46 Prozent ausgelastet.

## **Sky Media schließt Lücke zu den Sendern der zweiten Generation**

Im vergangenen Geschäftsjahr lag der Monatsmarktanteil regelmäßig über vier Prozent bei den Erwachsenen (E14-59). Darüber hinaus lag Sky Media in der Kernzielgruppe der Männer (M14-59) in mehreren Monaten vor den Sendern der zweiten Generation. Zuletzt im Juli lag der Monatsmarktanteil sogar bei rekordträchtigen 5,0 Prozent in der Erwachsenen-Zielgruppe und 5,8 Prozent bei den Männern. Zugrunde liegen alle AGF-gemessenen exklusiven Sender im Sky Media Portfolio – alle Sender auf der Sky Plattform sowie die Free-TV Sender Zee.One HD und Deluxe Music HD.

Martin Michel, Geschäftsführer Sky Media: „Die starken Monatsmarktanteile sind ein Beweis dafür, dass wir mittelfristig die drittstärkste Kraft auf dem deutschen Werbemarkt werden können. Dafür müssen sich diese Kräfteverhältnisse aber in Zukunft noch stärker in den Werbespendings der Werbekunden widerspiegeln.“

In einem Video haben sich die Verantwortlichen von Sky Media zum abgelaufenen Geschäftsjahr geäußert. Dieses Video ist abrufbar auf der Facebook Seite von Sky Media unter: [www.facebook.com/SkyMediaDE/videos/1044440989024972/](http://www.facebook.com/SkyMediaDE/videos/1044440989024972/)

---

## **Über Sky Media:**

Sky Media ist einer der führenden Multiscreen- und Digitalvermarkter in Deutschland. Das Tochterunternehmen von Sky Deutschland verantwortet den Werbezeitenverkauf von über 38 exklusiven TV-Sendern – darunter neben allen Bewegtbild-Angeboten von Sky auch [23 Partnerkanäle](#) – und die Vermarktung des mobilen Service Sky Go, des On-Demand-Angebots Sky On Demand sowie der Onlineplattform sky.de. Mit einem 360-Grad-Angebot über sämtliche Verbreitungswege – TV, Online, Mobile, Out-of-Home – setzt Sky Media im Markt Maßstäbe für die aufmerksamkeitsstarke Inszenierung von Marken und gilt als einer der wichtigsten Treiber für die Vermarktungsmodelle der Zukunft. Mehr Infos unter [www.skymedia.de](http://www.skymedia.de) sowie auf Twitter, Facebook und Instagram.

## **Kontakt für Medien:**

Jens Bohl  
Business Communications / External Communications  
Tel. +49 (0) 89 9958 6869  
[jens.bohl@sky.de](mailto:jens.bohl@sky.de)  
[twitter.com/SkyDeutschland](https://twitter.com/SkyDeutschland)  
[twitter.com/SkyMediaDE](https://twitter.com/SkyMediaDE)