

Positive Wahrnehmung des Tennis-Umfelds auf Sky mit starkem Abstrahleffekt auf Marke Gant

- **Auszug aus Werbewirkungsstudie von Sky Media im Umfeld verschiedener Sportumfelder auf Sky**
- **Gant hatte im exklusiven Tennis-Umfeld auf Sky während Wimbledon-Berichterstattung 2016 geworben**
- **Durch Buchung auf Sky konnte Gant ihre Marke positiv aufladen und Weiterempfehlungsrate und Kaufrelevanz steigern**

Unterföhring, 6. März 2017 – Die Live-Tennis-Berichterstattung auf Sky wird von den Zuschauern als besonders hochwertig, kompetent und mitreißend wahrgenommen. Diese gute Beurteilung des Sport-Umfelds von Sky hat einen positiven Einfluss auf die Werbewirkung. So hatte die US-Amerikanische Premium-Lifestylemarke Gant im Umfeld der Sky Tennis-Übertragung von Wimbledon geworben. Die Weiterempfehlungsrate von Gant im Tennis-Umfeld lag bei Werbe-Kennern im Vergleich zu Werbe-Nichtkennern um 41 Prozent höher. Die inhaltliche Passung im Tennis-Umfeld ist bei Werbe-Kennern um 117 Prozent höher als bei Werbe-Nichtkennern. Das belegen Auszüge aus einer Werbewirkungsstudie, die Sky Media in Zusammenarbeit mit Nielsen Sports im Umfeld verschiedener Sportumfelder durchgeführt hat. Die Studie bietet umfassende Einblicke in die Wahrnehmung und den Kommunikationserfolg der Werbepartner auf Sky in den verschiedenen Sportumfeldern.

Die positive Wahrnehmung des Tennis-Umfelds auf Sky hat ein hohes Transferpotenzial für die Werbepartner. Sky Seher beurteilen die Live-Tennis-Übertragung besser als auf anderen Sendern. Sky wird als kompetent, zuverlässig und hochwertig wahrgenommen. Gant profitierte von dem Sky Tennis-Umfeld und konnte durch ihre Kampagne im Umfeld der letztjährigen Wimbledon Tennis-Übertragungen einen sehr positiven Werbeimpact erzielen. Die Marke Gant erreichte durch die Präsenz einen Image-Uplift von durchschnittlich 48 Prozent. Gant wird von Werbe-Kennern als sympathischer, hochwertiger und vertrauenswürdiger angesehen. Zudem konnte Gant die Kaufrelevanz um 11 Prozent bei Werbe-Kennern steigern.

Swana Walters, Online Marketing Manager Gant Germany: „Wir sind mit den Ergebnissen der Studie sehr zufrieden, da sie den Beweis liefern, dass unsere TV-Kampagne im Rahmen von Wimbledon 2016 einen starken Werbeeffect hatte. Auf Sky finden wir zudem genau die richtige Zielgruppe für unsere Marke.“

Tennis-Seher auf Sky: Qualitätsbewusste Trendsetter

Im Rahmen der Studie wurde auch das Konsumverhalten der Tennis-Zuschauer auf Sky abgefragt. Die Zuschauer bleiben bei einer Marke, wenn sie mit ihr zufrieden sind. Außerdem ist ihnen beim Einkauf die Qualität wichtiger als der Preis. Gerne probieren sie auch neue Produkte aus. Hinsichtlich der Werbung sind die Tennis-Zuschauer auf Sky gut aktivierbar. Werbung gibt manchmal recht nützliche Hinweise über neue Produkte sowie einen guten Überblick über aktuelle Trends

und Produktneuheiten. Zudem gaben mehr als ein Drittel der Befragten an, durch Werbung schon häufiger auf interessante Produkte oder Dienstleistungen aufmerksam geworden zu sein.

Ralf Hape, Vice President Sales Sky Media: „Die aktuelle Werbewirkungsstudie liefert eindrucksvolle Rückschlüsse auf die hohe Qualität des Tennis-Umfelds auf Sky. Marken wie Gant können auf Sky die Weiterempfehlungsrate und die Kaufrelevanz steigern und ihr Markenprofil verbessern.“

Methodik:

Für die Studie wurden vom Marktforschungsunternehmen Nielsen Sports Deutschland GmbH im Auftrag von Sky Media mehr als 1.400 Sky Zuschauer mit einem Zugang zum Sky Sport-Paket in Online-Interviews (CAWI) befragt. Die bisherigen Befragungswellen fanden im Juli sowie Ende Oktober statt.

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 [22 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 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
twitter.com/SkyDeutschland
twitter.com/SkyMediaDE