

Sky Media blickt auf erfolgreiche Bundesliga-Saison 2016/17 zurück und startet stark in die neue Saison

- Durchschnittlich 5,25 Mio. Kontakte pro Spieltag erzielten die Bundesliga-Live-Übertragungen auf Sky in der vergangenen Saison 2016/17 – davon 63 Prozent im TV, 15 Prozent über Sky Go und 22 Prozent in Sky Sportsbars
- Martin Michel, Sky Media: „Die Bundesliga erfreut sich bei den Fans auch weiterhin wachsender Beliebtheit. Das unterstreicht einmal mehr die Notwendigkeit einer realitätsgetreuen Abbildung der Reichweiten auf Sky über sämtliche linearen und non-linearen Verbreitungswege.“
- Thomas Deissenberger, Sky Media: „Die Fußball-Live-Berichterstattung auf Sky wird von den Zuschauern als unterhaltsam, kompetent und qualitativ hochwertig wahrgenommen. Die positive Erfahrung des Fußball-Umfelds strahlt auf die Werbung ab, sodass Bekanntheit, Kaufrelevanz und Weiterempfehlung der werbenden Marken bei Zuschauern steigen.“

Unterföhring, 17. August 2017 – Die Bundesliga lockte in Saison 2016/17 zahlreiche Fans vor die TV-Geräte, an die mobilen Screens und in Sky Sportsbars: durchschnittlich sahen so 5,25 Millionen Kontakte pro Spieltag die Live-Übertragungen der Bundesliga auf Sky. Davon verfolgten 63 Prozent die Begegnungen im linearen TV* zu Hause, 15 Prozent über den mobilen Online-Service Sky Go sowie 22 Prozent Out-of-Home in den Sky Sportsbars.

Sky Media konnte in der Saison 2016/17 eine Umsatzsteigerung von 16 Prozent erzielen. Die Werbeflächen waren zu 94 Prozent ausgelastet. Die Anzahl der Kunden, die sich für Werbeflächen rund um die Bundesliga-Live-Berichterstattung auf Sky entschieden, belief sich auf Vorjahresniveau. Darunter 86 Neukunden wie Betway, Carlsberg und Bet3000.

Martin Michel, Geschäftsführer Sky Media: „Die Bundesliga erfreut sich bei den Fans auch weiterhin wachsender Beliebtheit. Das unterstreicht einmal mehr die Notwendigkeit einer realitätsgetreuen Abbildung der Reichweiten auf Sky über sämtliche linearen und non-linearen Verbreitungswege, die wir gemeinsam in der AGF schnell schaffen müssen. Nur so können wir unsere Flächen leistungsgerecht kapitalisieren.“

Vermarktungsstand Bundesliga 2017/18

Zum Start der Bundesliga-Saison 2017/18 verzeichnet Sky Media eine gewohnt hohe Auslastung der Werbeflächen der ersten beiden Spieltage. So sind die klassischen Werbeformen bereits zu 100 Prozent ausgebucht. Mit einer Auslastung von 84 Prozent sind lediglich im Bereich der Sonderwerbeformen noch Werbeplätze verfügbar.

Thomas Deissenberger, Geschäftsführer Sky Media: „Die Fußball-Bundesliga live bleibt das hochwertigste und emotionalste Umfeld im deutschen Werbemarkt. Die Fußball-Live-Berichterstattung auf Sky wird von den Zuschauern als unterhaltsam, kompetent und qualitativ hochwertig wahrgenommen. Die positive Erfahrung des Fußball-Umfelds strahlt auf die Werbung ab, sodass Bekanntheit, Kaufrelevanz und Weiterempfehlung der werbenden Marken bei Zuschauern steigen.“

2. Bundesliga gewinnt stetig an Beliebtheit

Sieben Prozent mehr Fans als im Jahr zuvor begeisterten sich in der Saison 2016/17 für die 2. Fußball-Bundesliga: kumuliert lag die durchschnittliche Sehbeteiligung bei 1,33 Millionen Kontakten pro Spieltag. 55 Prozent der Zuschauer sahen die Begegnungen im linearen TV* zu Hause, 13 Prozent über den mobilen Online-Service Sky Go sowie 32 Prozent Out-of-Home in den Sky Sportsbars. In der Saison 2017/18 sind alle Spiele der 2. Bundesliga exklusiv bei Sky zu sehen.

Auch für Werbekunden gewinnt die 2. Bundesliga an Attraktivität, sodass Sky Media den Umsatz in diesem Werbeumfeld in der Saison 2016/17 um 81 Prozent gegenüber der Vorsaison steigerte. Die Anzahl der Kunden, die sich für eine Platzierung ihrer Werbebotschaft im Umfeld der 2. Fußball-Bundesliga entschieden, belief sich auf Vorjahresniveau - darunter 85 Neukunden.

*Die Sky Reichweiten wurden in 2016 aufgrund einer methodischen Ungenauigkeit im System der AGF um circa 16 Prozent zu gering ausgewiesen. Die methodische Ungenauigkeit wurde zum 1. Januar 2017 behoben.

Quellen: Sky linear: AGF in Zusammenarbeit mit GfK; TV Scope 6.1. Sky Go: Adobe Omniture Census, Unique Views. Sky Out of Home: Sky OOH Panel, Sky in Zusammenarbeit mit Ipsos.

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 sowie auf [Twitter](#), [Facebook](#) und [Instagram](#).

Kontakt für Medien:

Alexandra Fexer
Business Communications / External Communications
Tel. +49 (0) 89 9958 6034
alexandra.fexer@sky.de
twitter.com/SkyDeutschland
twitter.com/SkyMediaDE