

## UEFA Champions League auf Sky beliebt wie nie: Hohe Reichweiten und Auslastung der Vorrunde

- **Reichweitenstärkste Gruppenphase der Sendergeschichte**
- **Sky Go immer beliebter, Sky Sportsbars erhalten großen Zulauf**
- **Klassischer Werbeblock während der gesamten Vorrunde ausverkauft**

Unterföhring, 19. Dezember 2016 – Die Gruppenphase der laufenden UEFA Champions League Saison 2016/17 war über alle Verbreitungswege gesehen für Sky die erfolgreichste der Sendergeschichte: Durchschnittlich sahen 2,67 Millionen Kontakte pro Spieltag die Partien der europäischen Königsklasse, davon 1,55 Millionen linear zu Hause, 0,70 Millionen mobil via Sky Go und 0,41 Millionen außer Haus in den Sky Sportsbars. Im Vergleich zur Vorsaison nutzten damit 36 Prozent mehr Sky Abonnenten den mobilen Service Sky Go, um die Live-Übertragungen unterwegs abzurufen. 62 Prozent mehr Fans suchten eine der zahlreichen Sky Sportsbars zum gemeinschaftlichen Sehen auf.

In der werberelevanten Zielgruppe der Männer im Alter von 14 bis 59 Jahren sahen 0,71 Millionen Kontakte pro Spieltag die Partien linear zu Hause, 0,48 Millionen mobil via Sky Go und 0,35 Millionen außer Haus in den Sky Sportsbars. Auch hier konnten die alternativen Verbreitungswege ein Plus im Vergleich zur Vorsaison verzeichnen: 36 Prozent mehr Abrufe über Sky Go und 69 Prozent mehr Besucher in Sky Sportsbars.

Thomas Deissenberger, Geschäftsführer Sky Media: „Mit der Live-Übertragung der kompletten UEFA Champions League bieten wir planbare und hochwertige Events, die ein Millionenpublikum anziehen. Mit diesem Premium-Umfeld bieten wir unseren Werbekunden eine perfekte Bühne für aufmerksamkeitsstarke Markeninszenierung.“

Ebenso erfolgreich gestaltete sich die Vermarktung: Sky Media verzeichnete eine knapp 90 prozentige Auslastung des Werbeinventars, welches im Vergleich zur Vorrunde 2015/16 um 16,6 Prozent ausgebaut wurde. Der klassische Werbeblock war während der gesamten Gruppenphase ausverkauft.

Insgesamt verzeichnete Sky Media im UEFA Champions League Umfeld eine Umsatzsteigerung um 5,7 Prozent gegenüber dem Vorjahr. 54 Neukunden konnten gewonnen werden. Darunter unter anderem Betway, Schauinsland-Reisen und Aldi Einkauf.

Martin Michel, Geschäftsführer Sky Media: „Die UEFA Champions League auf Sky bietet regelmäßig erstklassigen Spitzensport und große Emotionen. Verbunden mit einer qualitäts- und markenbewussten, jungen, überwiegend männlichen Zielgruppe, ist sie ein höchstattraktives Werbeumfeld, welches man so nur auf Sky findet.“

Quellen: Sky: AGF in collaboration with GfK; TV Scope, Ratings 3+, M4-59; Sky Out of Home: ClearView Panel, Households with Individuals 3+; Sky Go: Census Measurement, Omniture/Adobe, Unique Views.

---

## Über Sky Media:

Sky Media ist einer der führenden Multiscreen- und Digitalvermarkter in Deutschland. Das Tochterunternehmen von Sky Deutschland verantwortet den Werbezeitenverkauf von über 33 exklusiven TV-Sendern – darunter neben allen Bewegtbild-Angeboten von Sky auch 17 Partnerkanäle – und die Vermarktung des mobilen Service Sky Go, des Abrufdiensts 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).

## Kontakt für Medien:

Alexandra Fexer  
Business Communications / Corporate Communications  
Tel. +49 (0) 89 9958 6034  
[alexandra.fexer@sky.de](mailto:alexandra.fexer@sky.de)  
[twitter.com/SkyDeutschland](https://twitter.com/SkyDeutschland)  
[twitter.com/SkyMediaDE](https://twitter.com/SkyMediaDE)