

Quotenhit „Game of Thrones“ bricht mit Staffel 6 Zuschauerrekorde auf Sky

- Erfolgreichste Serienstaffel der Sendergeschichte: 6,69 Millionen Kontakte in der Zeit vom 24. April bis zum 27. Juni
- Reichweitenplus von 24 Prozent gegenüber Staffel 5
- Episode 3 von Staffel 6 „Eidbrecher“ erfolgreichste aller Zeiten mit 370.000 Kontakten am ersten Tag
- 43 Prozent der „Game of Thrones“-Fans sahen die Staffel on Demand und via Sky Go

Unterföhring, 30. Juni 2016 – Die Fantasyserie „Game of Thrones“ hat zum Abschluss von Staffel 6 noch einmal fantastische Reichweiten erzielt. Weitere 310.000 Kontakte sahen das Staffelfinale plattformübergreifend am ersten Tag. Damit hat Staffel 6 insgesamt mehr Zuschauer in seinen Bann gezogen als je eine Serienstaffel zuvor. Insgesamt erreichte „Game of Thrones“ in der Zeit vom 24. April bis zum 27. Juni eine kumulierte Reichweite von 6,69 Millionen Kontakten. Die HBO-Serie erzielte so ein Reichweitenplus von 24 Prozent gegenüber demselben Erhebungszeitraum der vorherigen Staffel 5. Zudem erzielte die sechste Staffel bislang rund 311.000 Unique Views via Online-Videothek Sky Online.

Ein großer Teil der „Game of Thrones“-Fans sah Staffel 6 nichtlinear, also nicht auf dem klassischen TV-Screen. Während der lineare Anteil inklusive Wiederholungen („Reruns“) und Playback 57 Prozent betrug, lag der nichtlineare Nutzungsanteil mobil oder auf Abruf bei insgesamt 43 Prozent. Davon sahen 26 Prozent via Sky Go und 17 Prozent via Sky On Demand.

Episode 3 „Eidbrecher“ war am ersten Tag die reichweitenstärkste der Staffel 6 und erzielte eine kumulierte Reichweite von 370.000 Kontakten. Insgesamt bedeutet das ein Reichweitenplus von 131 Prozent gegenüber Episode 3 der vorherigen Staffel 5. Die anderen Episoden der Staffel 6 lagen am ersten Tag durchweg über den Werten der vorherigen Staffel. Im weiteren Ausstrahlungsverlauf erwies sich bislang Episode 1 „Die rote Frau“ als die reichweitenstärkste: Seit Ausstrahlungsstart erreichte die Folge 840.000 Kontakte.

Vermarktungserfolg „Game of Thrones“

Mit einem besonderen Sponsoring hat Samsung während der Ausstrahlung der 6. Staffel von „Game of Thrones“ geworben. Samsung hat das hochwertige Multiscreen-Umfeld auf Sky zur Inszenierung seines aktuellen SUHD-TVs mit Quantum-Dot-Color-Technologie im Rahmen eines klassischen TV- und Trailersponsorings mit Logointegration im „Game of Thrones“-Umfeld genutzt. Die Marke war dabei plattformübergreifend präsent – auf Sky Atlantic HD, Sky Go, Sky On Demand sowie sky.de.

„Game of Thrones“ ist aktuell das beliebteste Serienformat im deutschen Fernsehen, was die Rekordzahlen auf Sky zum Staffelfinale belegen. Unsere Abonnenten sehen die neue Staffel als erste, unsere Werbepartner profitieren von

der Exklusivität. ‚Game of Thrones‘ ist programm- und vermarktungsseitig für Sky ein Riesenerfolg“, betont Thomas Deissenberger, Geschäftsführer Sky Media.

Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK; TV Scope 6.0; Basis: Erwachsene ab 14 Jahren; Sky Go: Adobe/Omniture; Sky On Demand: ClearView Panel.

Über Sky Media:

Sky Media ist einer der führenden Multiscreen- und Digitalvermarkter in Deutschland. Das Tochterunternehmen von Sky Deutschland verantwortet den Werbezeitenverkauf von über 26 exklusiven TV-Sendern – darunter neben allen Bewegtbild-Angeboten von Sky auch [16 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.

Kontakt für Medien:

Jens Bohl
Business Communications / Corporate Communications
Tel. +49 (0) 89 9958 6869
jens.bohl@sky.de
twitter.com/SkyDeutschland
twitter.com/SkyMediaDE