

Start der Königsklasse des Motorsports – die Formel 1 auf Sky

- **Bilanz der Formel-1-Saison 2015: Reichweitenwachstum von 5 Prozent auf Sky**
- **Erstklassiges Umfeld für Werbetreibende für exklusive Markenpräsenz**
- **Umfassendste Formel-1-Berichterstattung im deutschen TV – jede Minute vom 1. Freien Training bis zur Siegerehrung, insgesamt 400 Stunden Motorsport-Action live**

Unterföhring, 29. Februar 2016 – Kann Sebastian Vettel den Kampf gegen Lewis Hamilton und Nico Rosberg aufnehmen? Endet damit die Dominanz der „Silberpfeile“? Ab dem 20. März werden die ersten Fragen der Formel-1-Saison 2016 beantwortet.

Sky blickt auf eine erfolgreiche Rennserie 2015 zurück: In der vergangenen Saison verfolgten im Schnitt 480.000 Zuschauer die Rennen auf Sky, der bisherige Rekordwert aus der Saison 2014 mit 460.000 Zuschauern pro Rennen wurde damit um 5 Prozent übertrumpft. Im Schnitt sahen 67 Prozent der Fans die Rennen linear zu Hause und 6 Prozent via Sky Go. 27 Prozent der Zuschauer entschieden sich, die Live-Berichte außer Haus zu verfolgen. Die Out-of-Home-Reichweite verzeichnete damit die größten Zuwächse. Sky konnte in den Bars eine mit 63 Prozent fast 2,5-fach so hohe On-Top-Quote neben den durch die AGF erhobenen Zuschauerzahlen erzielen wie im vergangenen Jahr (26 Prozent im Jahr 2014).

Martin Michel, Geschäftsführer Sky Media: „Die gestiegenen Reichweiten sind ein Beweis für die Attraktivität der Live-Übertragungen der Formel 1 auf Sky. 93 Prozent der Sky Seher sind zufrieden mit der Berichterstattung. Sie bleiben im Schnitt um 48 Prozent länger im Rennen als die Formel-1-Zuschauer bei anderen Sendern.“

Für Werbetreibende bietet Sky vielfältige Möglichkeiten, Marke und Werbebotschaften in dem hochwertigen Live-Umfeld der Formel-1-Berichterstattung zu platzieren. Hierzu zählen klassische Werbespots und crossmediale Sponsorings sowohl auf Sky Sport HD als auch sky.de und Sky Go. Individuelle und kreative Live-Sonderwerbformen im redaktionellen Live-Umfeld rücken den Werbepartner direkt ins Live-Bild unter Berücksichtigung des Renngeschehens. Neu ist das Fan-Voting Sponsoring, das eine Integration des Partnerlogos via Animation in einem Crawl während der redaktionellen Berichterstattung umfasst – inklusive einer redaktionellen Anmoderation des Votings und einer Verlängerung in die Social-Media-Kanäle. Abgerundet wird das Angebot durch Gewinnspiel-Integrationen sowie Platzierungen in Highlights-Clips auf Sky On Demand.

Thomas Deissenberger, Geschäftsführer bei Sky Media: „Die Formel 1 ist ein zentraler Bestandteil unseres umfassenden Sportangebots. Wir bieten unseren Werbepartnern ein Live-Umfeld in höchster Qualität. Mit kundenindividuellen Live-Sonderwerbformen bieten wir exzellente Möglichkeiten zur wirkungsstarken Platzierung von Markenbotschaften.“

Die Formel 1 auf Sky

Beim Großen Preis von Australien in Melbourne am 20. März 2016 startet die neue Formel-1-Saison 2016. Sky wird alle erstmalig 21 Grand-Prix-Wochenenden vom 1. Freien Training bis zur Siegerehrung live und in HD übertragen und darüber hinaus die Rennen in mehreren zusätzlichen frei wählbaren Perspektiven sowie in der Sky HD Fan Zone anbieten.

Die perfekte Vorbereitung auf die Rennwochenenden liefert Deutschlands einziger 24-Stunden-Sportnachrichtensender Sky Sport News HD, der umfassend über alles Wissenswerte aus der Formel 1[®] berichtet und unter anderem die offiziellen Pressekonferenzen vor jedem Grand-Prix-Wochenende überträgt.

Quellen: Sky: AGF in collaboration with GfK; TV Scope, Ratings 3+; 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 25 exklusiven TV-Sendern – darunter neben allen Bewegtbild-Angeboten von Sky auch [15 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