

## Sky Pop-up-Channels auf Erfolgskurs: Sonderprogrammierungen als attraktives Werbeumfeld

- Studie zeigt starkes Interesse an Sky Pop-up-Channels und belegt hohe Attraktivität als Werbeumfeld
- Land Rover als Sponsor von Sky 007 HD erfolgreich
- Nächster Pop-up-Channel „Sky Disney Prinzessinnen HD“ vom 18. März bis 1. April auf Sky

Unterföhring, 25. Februar 2015 – Zeitlich begrenzte Sonderprogrammierungen in Form eines monothematischen Pop-up-Channels auf Sky sind einzigartig und sehr innovativ. Das bestätigen 70 Prozent der Kenner eines Pop-up-Channels in einer durch das Marktforschungsinstitut Consilium durchgeführten Online-Befragung. Damit bieten Pop-up-Channels Werbetreibenden ein attraktives Werbeumfeld zur Markeninszenierung.

Thomas Deissenberger, Geschäftsführer Sky Media: „Mit unseren Pop-up-Channels bieten wir der Werbewirtschaft genau das was sie sucht. Innovation, Exklusivität und Einzigartigkeit. Dieses attraktive Werbeumfeld für eine erfolgreiche Markeninszenierung gibt es so nur auf Sky.“

### Attraktives Werbeumfeld

Neben der allgemeinen Abfrage zur Beliebtheit und Einschätzung eines Pop-up-Channels untersuchte die Studie auch die Werbewirkung des Multiscreen-Sponsorings des Automobilherstellers Land Rover auf dem Pop-up-Channel Sky 007 HD, der vom 5. Oktober bis 6. Dezember 2015 alle 23 James-Bond-Filme zeigte. Zuschauer des Senders empfanden die Markenkombination aus „James Bond“ und „Land Rover“ mit 47 Prozent (Top-2-Box) als äußerst passend. Damit gelang Land Rover ein positiver Imagetransfer. So bewerteten Kenner des Sponsorings die Marke Land Rover 17 Prozentpunkte exklusiver und zwölf Prozentpunkte hochwertiger und komfortabler als Nicht-Kenner. Die Weiterempfehlung ist mehr als doppelt so hoch bei Werbe-Kennern. Mit dem Multiscreen-Sponsoring sprach Land Rover eine äußerst attraktive Zielgruppe an, denn die Zuschauer von Sky 007 HD waren in ihrem Bekanntenkreis oft die Ersten, die sich neue, innovative Produkte anschafften und sich dabei von Werbung auf interessante Produkte aufmerksam machen ließen. Bei der Anschaffung stand bei ihnen Qualität vor Preis. Sky 007 HD erreichte im Zeitraum von 5. Oktober bis 6. Dezember 2015 17,8 Millionen Kontakte.

Martin Michel, Geschäftsführer Sky Media: „Die beeindruckenden Reichweiten von Sky 007 HD belegen die hohe Attraktivität dieser einzigartigen Sonderprogrammierungen. Mit Sky Disney Prinzessinnen HD bieten wir unseren Kunden ein weiteres Highlight - mit Disney-Klassikern, die eine breite Zielgruppe ansprechen.“

## Nächster Pop-up-Channel steht bereits vor der Tür: Sky Disney Prinzessinnen HD

Der Sender Sky Hits wurde in den vergangenen Jahren bereits zeitweise durch Sky Christmas HD, Sky Star Wars HD, Sky Thrones HD und Sky 007 HD ersetzt, zu Ostern wird der Sender in Sky Disney Prinzessinnen HD umgewandelt. Der Pop-up-Channel startet am 18. März und wird sich bis einschließlich 3. April dem Thema „Disney Prinzessinnen“ widmen. Sky Abonnenten mit Sky Film Paket haben in dieser Zeit die Möglichkeit, den Zeichentrick-Klassiker „Cinderella“ von 1950 oder die gleichnamige Real-Verfilmung von 2014, mit „Schneewittchen“ von 1937, den ersten animierten Langfilm überhaupt oder auch „Die Schöne und das Biest“ zu sehen. Auch „Dornröschen“ aus dem Jahre 1958 ist dabei, genauso wie die Realfilme „Plötzlich Prinzessin“ (Teil 1 und 2) und das starbesetzte „Into the Woods“ (2014) mit Meryl Streep als Hexe und Johnny Depp als Wolf.

## Umfangreiches Vermarktungsangebot des Pop-up-Channels

Für Werbetreibende bietet Sky Disney Prinzessinnen HD vielfältige Möglichkeiten, Marken und Werbebotschaften in diesem außergewöhnlichen Programmumfeld zu inszenieren. Hierzu zählen Programm- und Trailersponsoring sowohl auf Sky Prinzessinnen HD als auch auf Sky Go, Sky On Demand und sky.de. Abgerundet wird das Multiscreen-Angebot durch eine Gewinnspielintegration, die den Werbetreibenden Präsenz in Trailern sowie auf der sky.de und den Sky Social-Media-Kanälen garantiert.

## Methodik und Design der Studie

Die Ergebnisse basieren auf einer Online-Studie, die auf Grundlage von Sky Adressen durchgeführt wurde. Insgesamt wurden im Zeitraum vom 25. November bis 10. Dezember 2015 mehr als 2500 Sky Kunden befragt. Die Ergebnisse wurden gemäß der Kunden-Grundgesamtheit gewichtet.

---

## 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 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)