

In erfolgreicher Mission: James-Bond-Channel Sky 007 HD begeistert Millionenpublikum

- Kontaktsumme von 11,67 Millionen Kontakten seit Sendestart
- 2,65 Millionen unterschiedliche Zuschauer (Z3+) sahen die Sonderprogrammierung auf Sky, durchschnittlich schauten 0,5 Millionen Zuschauer pro Sendetag zu
- „Liebesgrüße aus Moskau“ reichweitenstärkster Bond-Klassiker
- Sehr hohe Werbeauslastung im November, Land Rover ist Sponsoring-Partner
- Martin Michel, Geschäftsführer Sky Media: „James-Bond-Fans freuen sich auf ‚Spectre‘ und haben sich die Wartezeit mit den Bond-Klassikern verkürzt. Das zeigen die starken Quoten des Pop-up-Channels. Gleichzeitig haben wir für unsere Werbekunden ein einzigartiges Umfeld für eine aufmerksamkeitsstarke Markeninszenierung geschaffen, das es so nur auf Sky gibt.“

Unterföhring, 5. November 2015 – Das Warten hat ein Ende: Heute startet der 24. Bond-Film „Spectre“ in den deutschen Kinos und damit eine weitere Episode des größten und berühmtesten Film-Franchise der Entertainment-Geschichte. Bereits seit einem Monat schreibt Sky mit dem Pop-up-Channel Sky 007 HD seine eigene Erfolgsgeschichte: Seit dem Start am 5. Oktober erreichte die Sonderprogrammierung eine Kontaktsumme von 11,67 Millionen Kontakten. Pro Sendetag wurde Sky 007 HD von rund 500.000 verschiedenen Zuschauern eingeschaltet. Insgesamt 2,65 Millionen unterschiedliche Zuschauer (Z3+) sahen die Bond-Filme, davon 2,25 Millionen Zuschauer bzw. 85 Prozent in der für die Werbewirtschaft relevanten Zielgruppe der 14-59-jährigen.

In der Zeit vom 5. Oktober bis zum 6. Dezember ist der Sky Sender Sky Hits der Pop-up-Channel Sky 007 HD. Sky präsentiert während dieser Zeit rund um die Uhr nonstop 23 Filme des Kult-Franchise. Gesehen wurden die bisherigen Bond-Filme zu 96 Prozent live linear zu Hause, zu zwei Prozent „Playback“ und weitere zwei Prozent nonlinear via Sky Go.

Der reichweitenstärkste Film bislang war „Liebesgrüße aus Moskau“ mit insgesamt 810.000 Kontakten, gefolgt von „Moonraker – streng geheim“ (740.000 Kontakte) sowie „Der Morgen stirbt nie“ (670.000 Kontakte). Täglich wurde in der Primetime-Ausstrahlung um 20:15 Uhr in chronologischer Reihenfolge einer der 23 Bond-Filme gezeigt.

Marcus Ammon, Senior Vice President Fiction Sky Deutschland AG, zieht nach einem Monat Sendezeit des Pop-up-Channels ein positives Zwischenfazit: „Sky 007 HD ist ein Riesenerfolg und wird sicher die beliebteste Sonderprogrammierung in der Sendergeschichte werden. Beachtlich ist der hohe lineare Anteil mit 96 Prozent, was beweist, dass sich die Bond Fans die Filme bevorzugt daheim in bestmöglicher Qualität auf den großen Bildschirmen ansehen.“

Sky 007 HD: Ein großer Vermarktungserfolg

Die Werbewirtschaft hat das aufmerksamkeitsstarke Umfeld auf Sky stark nachgefragt und die vielfältigen Möglichkeiten der Sonderprogrammierung genutzt, um ihre Marke und Werbebotschaften rund um den Superagenten zu inszenieren. Im November und bis zum Ende der Sonderprogrammierung am 6. Dezember sind die klassischen Werbeumfelder ausgebucht. Land Rover ist Sponsoring-Partner von Sky 007 HD und verlängert seine werbliche Kommunikation zum Kinostart von „Spectre“ auf die Sky Multiscreen-Plattformen. Land Rover nutzt das themenbezogene Werbeumfeld für eine umfangreiche Inszenierung des „Range Rover Sport“.

Martin Michel, Geschäftsführer Sky Media: „James Bond Fans freuen sich auf ‚Spectre‘ und haben sich die Wartezeit mit den Bond-Klassikern verkürzt. Das zeigen die starken Quoten des Pop-up-Channels. Gleichzeitig haben wir für unsere Werbekunden ein einzigartiges Umfeld für eine aufmerksamkeitsstarke Markeninszenierung geschaffen, das es so nur auf Sky gibt.“

Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK; TV Scope; Sky Go: Adobe/Omniture

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 Anytime 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