

## Sky Zuschauer folgen James Bond auf seinen Missionen: Sender Sky 007 HD mit starkem Start

- **Kontaktsumme von 3,16 Millionen in der ersten Woche, 450.000 täglich**
- **1,63 Millionen Zuschauer (Z3+) sahen von Montag bis Sonntag die Sonderprogrammierung auf Sky**
- **„James Bond jagt Dr. No“ reichweitenstärkster Bond-Klassiker**
- **Land Rover ist Sponsoring-Partner**
- **Ralf Hape, Leiter Sales & Air Time Planning: „Mit dem Sender Sky 007 HD bieten wir Werbetreibenden ein einzigartiges fiktionales Umfeld zur Platzierung ihrer Werbebotschaften.“**

Unterföhring, 13.10.2015 – Die James-Bond-Fans auf Sky haben sich die Wartezeit auf den neuesten 007-Film „Spectre“ versüßt und dem Pop-up Channel Sky 007 HD einen starken Start beschert. In der ersten Woche vom 5. bis zum 12. Oktober hatte die Sonderprogrammierung eine Kontaktsumme von 3,16 Millionen. Insgesamt 1,63 Millionen unterschiedliche Zuschauer (Z3+) sahen die Bond-Filme, davon 1,45 Millionen Zuschauer in der für die Werbewirtschaft relevanten Zielgruppe der 14- bis 59-jährigen Erwachsenen. In der täglichen Primetime-Ausstrahlung um 20:15 Uhr, in der täglich in chronologischer Reihenfolge einer der 23 Bond-Filme gezeigt wurde, hatte der Sender einen Reichweitenanteil von 18 Prozent. Die Liebhaber der Kultserie konnten entsprechend weit über die Primetime hinaus erreicht werden.

Durchschnittlich lag die Kontaktsumme bei 450.000 pro Sendetag. Sean Connery erwies sich bislang als Zugpferd unter den Darstellern. Der reichweitenstärkste Film war „James Bond jagt Dr. No“ mit insgesamt 320.000 Kontakten (3+) gefolgt von „Liebesgrüße aus Moskau“ (310.000 Kontakte) sowie „Im Geheimdienst Ihrer Majestät“ (300.000 Kontakte).

Marcus Ammon, Senior Vice President Fiction Sky Deutschland AG: „Die starken Zahlen der ersten Woche von Sky 007 HD zeigen, dass die Bond-Filme zeitlose Klassiker sind und weiterhin viele Zuschauer fesseln. Gepaart mit unseren Eigenproduktionen und Dokumentation zum Kult-Agenten stellen wir unseren Abonnenten ein spannendes Senderformat bereit, das einzigartig im deutschen Fernsehen und nur auf Sky möglich ist.“

Ralf Hape: „Mit dem Sender Sky 007 HD bieten wir Werbetreibenden ein einzigartiges fiktionales Umfeld zur Platzierung ihrer Werbebotschaften. Die hohen Reichweiten in der ersten Woche unterstreichen die hohe Attraktivität dieser unigen Sonderprogrammierung.“

In der Zeit vom 5. Oktober bis zum 6. Dezember wird der Sky Sender Sky Hits zum Pop-up-Channel Sky 007 HD. Sky präsentiert während dieser Zeit rund um die Uhr alle Filme des Kult-Franchise. In der ersten Sendewoche wurden pro Tag bis zu 13 Filme ausgestrahlt. In der Summe waren es bislang 82 Bond-Filme.

Land Rover ist Sponsoring-Partner von Sky 007 HD und verlängert seine werbliche Kommunikation zum Kinostart von „Specre“. Land Rover nutzt das themenbezogene Werbeumfeld für eine umfangreiche Inszenierung des „Range Rover Sport“.

Quelle: Sky: AGF in collaboration with GfK; TV Scope, Ratings 3+; Households with Individuals 3+

---

## **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](http://www.skymedia.de).

## **Kontakt für Medien:**

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