

Rekordzuschauerzahlen auf Sky während der laufenden Fußball-Bundesligasaison

- **Gesamtreichweite von durchschnittlich 5,62 Millionen Kontakten (3+) pro Spieltag während der ersten fünf Spieltage**
- **Steigerung der Gesamtreichweite um 21 Prozent gegenüber dem Vorjahreswert**
- **Durchschnittlich 55 Prozent On-Top-Reichweite bei der Außer-Haus-Nutzung in der werberelevanten Zielgruppe der Männer von 18 bis 59 Jahren**
- **Martin Michel, Geschäftsführer Sky Media: „Die Fußball-Bundesliga ist ein Live-Umfeld, das wie kein anderes für Begeisterung sorgt und ein Millionenpublikum anzieht. Damit können wir unseren Werbekunden eine perfekte Bühne für aufmerksamkeitsstarke Brandingkampagnen bieten.“**

Unterföhring, 07. Oktober 2015 – Die Freude auf die neue Bundesliga-Saison hat mehr Fußballfans als jemals zuvor vor die Bildschirme und in die Sky Sportsbars gelockt. Während der ersten fünf Spieltage sahen durchschnittlich 5,62 Millionen Fans die Bundesliga auf Sky, davon 3,62 Millionen Kontakte linear zu Hause, 0,64 Millionen Kontakte mobil via Sky Go und 1,36 Millionen Kontakte Out-of-Home in den Sportsbars. Damit verfolgten 21 Prozent mehr Kontakte die Bundesliga-Begegnungen als nach fünf Spieltagen im Vorjahr.

In der für die Werbewirtschaft besonders attraktiven Zielgruppe der Männer von 18 bis 59 Jahren ergab die kumulierte Messung von TV-, Online- und Out-of-Home-Nutzung sogar ein Plus von 31 Prozent gegenüber dem Vorjahreswert. So sahen durchschnittlich 3,54 Millionen Kontakte die Bundesliga auf Sky, davon 1,88 Millionen Kontakte linear zu Hause, 0,64 Millionen Kontakte mobil via Sky Go und 1,02 Millionen Kontakte Out-of-Home in den Sportsbars.

Zuschauerrekord in den Sportsbars

Durchschnittlich sahen 1,36 Millionen Zuschauer (18-65 Jahre) pro Spieltag die Begegnungen der Fußball-Bundesliga in den Sky Sportsbars und bescherten Sky neben den von der AGF gemessenen Zuschauern vor den heimischen Bildschirmen eine On-Top-Reichweite von 48 Prozent. Damit liegt die On-Top-Reichweite um 116 Prozent über dem durchschnittlichen Vorjahreswert (29 Prozent). In der Zielgruppe der Männer von 18 bis 59 Jahren ergaben die Messungen des Sky OoH-Panels zudem eine zusätzliche Reichweite von durchschnittlich 56 Prozent, was eine 96-prozentige Steigerung gegenüber dem Vorjahr bedeutet.

Martin Michel, Geschäftsführer Sky Media: „Die Fußball-Bundesliga ist ein Live-Umfeld, das wie kein anderes für Begeisterung sorgt und ein Millionenpublikum anzieht. Damit können wir unseren Werbekunden eine perfekte Bühne für aufmerksamkeitsstarke Brandingkampagnen bieten.“

Quellen: AGF in Zusammenarbeit mit GfK; TV Scope; Out of Home Panel – Sky Deutschland / IPSOS; 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 Services 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