

## Sky Media erzielt Höchstauslastung in Vermarktung zum Start der UEFA Champions League 2015/2016

- Live-Umfelder der Königsklasse am 1. Spieltag komplett ausverkauft
- Stark gestiegene Auslastung bei exklusiven Single-Splits
- Martin Michel, Geschäftsführer Sky Media: „Mit der Übertragung der kompletten Champions League bieten wir ein hochwertiges Werbeumfeld für Markenauftritte der Spitzenklasse“

Unterföhring, 15. September 2015 – Von Fußballfans und werbungstreibenden Unternehmen sehnsüchtig erwartet: Endlich startet heute auch die Königsklasse des europäischen Spitzenfußballs in die neue Saison 2015/2016. Sky Media kann schon vor dem Anpfiff einen Erfolg vermelden. Die klassischen Werbeflächen verzeichnen ein Plus von vier Prozent im Vergleich zum Vorjahr und sind wie die Sonderwerbeformen zum Start komplett ausverkauft. Stärkster Wachstumstreiber sind die exklusiven Single-Splits im direkten Programmumfeld mit einem Auslastungszuwachs von über 20 Prozent.

Die größten Partner zur neuen Champions-League-Saison sind bwin, Media Markt, Tipico, HD+ und Samsung. Nachdem Puma bereits im August als Werbekunde in der Bundesliga gestartet ist, präsentiert sich der Sportartikelhersteller nun auch im hochwertigen Champions-League-Umfeld von Sky.

Bei den Werbekunden stehen auch die Live-Splits hoch im Kurs: Nissan platziert sich mit der Fan-Aktion „Nissan Evalia Fan Van“ direkt nach Abpfiff der Partien. Sony Mobile wirbt ebenfalls aufmerksamkeitsstark mit der Buchung von Countdown-Splits vor Programmstart sowie einem Champions-League-Gewinnspiel.

### Zuschauermagnet auf allen Bildschirmen

Insgesamt sahen in der vergangenen Saison im Durchschnitt 2,19 Millionen Kontakte (3+) die Live-Übertragungen der UEFA Champions League, davon 1,46 Millionen Zuschauer linear, 0,39 Millionen Nutzer via mobilen Premiumservice Sky Go und 0,35 Millionen Zuschauer in den Sky Sportsbars. Am reichweitenstärksten war der 2. Spieltag mit insgesamt 2,85 Millionen Kontakten, davon 2,06 Millionen Zuschauer linear, 0,44 Millionen Zuschauer via Sky Go und 0,35 Millionen Zuschauer Out-of-Home.

Martin Michel, Geschäftsführer Sky Media: „Mit der Übertragung der kompletten Champions League bieten wir ein hochwertiges Werbeumfeld für Markenauftritte der Spitzenklasse.“

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](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)