

Sky Sportsbars: Starker Start in die Fußball-Bundesliga-Saison 2015/2016

- **Insgesamt 1,55 Millionen Zuschauer fiebern am 1. Spieltag live in den Sky Sportsbars mit**
- **58 Prozent On-Top-Reichweite bei der Außer-Haus-Nutzung in der werberelevanten Zielgruppe der Männer von 18 bis 59 Jahren**
- **Gesamtreichweite von 6,23 Millionen Kontakten am 1. Spieltag**
- **Martin Michel, Geschäftsführer Sky Media Network: „Wir sind so erfolgreich wie noch nie in die Bundesliga gestartet. Umso wichtiger ist es für uns, auch die tatsächliche Reichweite unserer Sportevents kapitalisieren zu können.“**

Unterföhring, 02. September 2015 – Gemeinsam anfeuern, jubeln und leiden – der Start der Fußball-Bundesliga wurde von den Fans in den Sky Sportsbars begeistert aufgenommen: Nach der Sommerpause verfolgten insgesamt 1,55 Millionen Zuschauer zwischen 18 und 65 Jahren die Begegnungen am 1. Bundesliga-Spieltag und bescherten Sky neben den von der AGF gemessenen Zuschauern vor den heimischen Bildschirmen eine On-Top-Reichweite von 50 Prozent. In der für die Werbewirtschaft besonders attraktiven Zielgruppe der Männer von 18 bis 59 Jahren ergaben die Messungen des Sky Out-of-Home-Panels (OoH) sogar eine zusätzliche Reichweite von 58 Prozent.

Bereits seit 2013 ermittelt Sky die Außer-Haus-Nutzung seiner Live-Sportevents über ein eigens entwickeltes Panel. Die von Ipsos durchgeführte, repräsentative Sky OoH-Messung beruht auf jährlich durchgeführten Face-to-Face Strukturerhebungen und wöchentlichen Online-Befragungen von ca. 1.000 der insgesamt 4.000 Panel-Teilnehmer und ermittelt so die Reichweite von Sky in Bars, Kneipen, Hotels und Fitnessstudios.

Die kumulierte Messung von TV-, Online- und Out-of-Home-Nutzung ermöglicht eine Abbildung der tatsächlichen Gesamtreichweite bei Sky: So sahen den Bundesligastart auf Sky insgesamt 6,23 Millionen Fans, davon 4,02 Millionen Kontakte linear zu Hause, 0,66 Millionen Kontakte via Sky Go und 1,55 Millionen Kontakte Out-of-Home.

Martin Michel, Geschäftsführer Sky Media Network: „Wir sind so erfolgreich wie noch nie in die Bundesliga gestartet. Umso wichtiger ist es für uns, auch die tatsächliche Reichweite unserer Sportevents kapitalisieren zu können. Die Sky Sportsbars sind mittlerweile so beliebt, dass wir dort mehr als 50 Prozent zusätzliche Reichweite erzielen.“

Quellen: AGF in Zusammenarbeit mit GfK; TV Scope; 01.01.2015 -28.08.2015; Out of Home Panel – Sky Deutschland / IPSOS; Sky Go: Adobe/Omniture

Über Sky Media Network:

Sky Media Network ist einer der führenden Multiscreen-Vermarkter in Deutschland. Das Tochterunternehmen von Sky Deutschland verantwortet den Werbezeitenverkauf von über 25 exklusiven TV-Sendern. Dazu gehören alle Bewegtbild-Angebote von Sky, aber auch die 15 Partnerkanäle TNT Film, TNT Serie, TNT Glitz, Cartoon Network, Boomerang, History, A&E, 13th Street, Syfy, E! Entertainment, Universal Channel, Fox, National Geographic, Nat Geo Wild sowie der frei empfangbare Musiksender Deluxe Music. Neben TV umfasst das Portfolio von Sky Media Network auch die Vermarktung des mobilen Service Sky Go, des On-Demand-Angebots Sky Anytime sowie der Onlineplattform sky.de. Durch die Vielfalt der Verbreitungswege gilt Sky Media Network als Treiber für die Bewegtbild-Vermarktungsmodelle der Zukunft. Das hochwertige Programmangebot von Sky reicht von exklusivem Live-Sport über topaktuelle Spielfilme und Serien bis hin zu Kinderformaten und Dokumentationen. Bei den Werbeformaten bietet der Multiscreen-Vermarkter seinen Kunden klassische TV-Spots in Exklusivplatzierung, zahlreiche Sponsoring- und Splitscreen-Varianten sowie kundenindividuelle Vermarktungskonzepte oder auch die Entwicklung von Branded Content und die Kampagnen-Integration bekannter Sky Gesichter.

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