

## Social Buzz zur UEFA Champions League: Sky Zuschauer twittern und posten mehr als Free-TV-Zuschauer

- Sky Zuschauer sind in sozialen Netzwerken deutlich aktiver als Free-TV-Zuschauer
- Zuschauer verweisen in ihren Social-Media-Aktivitäten häufiger auf Sky als auf den übertragenden Free-TV-Sender
- Martin Michel: „Mit zahlreichen Social-Media-Aktivitäten motivieren wir unsere Zuschauer zum Dialog vor, während und nach unseren Übertragungen.“

Unterföhring, 18. Juni 2015 – Im Auftrag von Sky Media Network analysierte die Full-Service-Mediaagentur Mindshare Germany den „Social Buzz“, also die Kommunikation in den sozialen Netzwerken, von Sky und Free-TV-Zuschauern. Als Vergleich dienten die Viertel- und Halbfinale sowie das Endspiel der UEFA Champions League der Saison 2014/15, die sowohl auf Sky als auch im Free-TV übertragen wurden. Untersucht wurden die Social-Media-Aktivitäten der Zuschauer vor allem auf Twitter.

### Sky generiert mehr Social Buzz

Während der auf Sky wie auch im Free-TV gezeigten Spiele waren Sky Zuschauer in sozialen Netzwerken wesentlich aktiver als die Zuschauer im Free-TV. Die Erwähnungen des Spiel-Hashtags, wie beispielsweise #fcbfcb bei der Begegnung des FC Bayern München gegen den FC Barcelona, mit Verweis auf Sky (bspw.: #skycl, @deinskysport, @skysportnews) waren im Durchschnitt um 26 Prozent höher als Hashtags mit Verweis auf den ausstrahlenden Sender ZDF im Free-TV (bspw. #zdfsport). Die höhere Anzahl liegt zum einen an der größeren Anzahl von einzelnen Autoren unter den Sky Zuschauer (plus fünf Prozent) und zum anderen an den häufigeren Tweets und Posts, die diese Autoren absetzten (22 Prozent).

Sky Media Network ermöglicht Werbetreibenden, ihre Kampagnen in sozialen Netzwerken zu verlängern. Zu den Kunden in diesem Bereich gehört unter anderem der Reiseveranstalter Schauinsland Reisen.

Martin Michel, Geschäftsführer Sky Media Network: „Aus regelmäßigen Befragungen wissen wir, dass Sky Zuschauer wesentlich technikaffiner als andere Fernsehzuschauer sind und Innovationen sehr aufgeschlossen gegenüber stehen. Mit zahlreichen Social-Media-Aktivitäten bei Sky motivieren wir unsere Zuschauer zum Dialog vor, während und nach den Live-Übertragungen. Damit bieten wir Werbetreibenden eine aktive Zielgruppe mit hohem Involvement.“

### Social Media bei Sky Deutschland

Sky hat sich früh dazu entschieden, Accounts und Plattformen themenspezifisch orientiert aufzusetzen. Die einzelnen Accounts und Communities werden von Spezialisten aus dem entsprechenden Fachbereich betreut. Sky betreibt derzeit neun Facebook-Seiten und über 40 Twitter-Accounts, darunter DeinSkySport, DeineSkySerien oder DeinSkyFilm sowie diverse Präsenzen auf Google+, Xing und

Instagram. Insgesamt erreicht der Pay-TV-Anbieter damit aktuell über 3,2 Millionen Touch-Points.

Die Bedeutung, die Social Media bei Sky hat, wird auch an verschiedenen Social-Media-Innovationen wie dem Twitter-Reporter-Netzwerk des 24-Stunden-Sportnachrichtensenders Sky Sport News HD und reichweitenstarke Social-Video-Kampagnen deutlich.

---

## 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 Services 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:

Alexandra Fexer  
Business Communications / Corporate Communications  
Tel. +49 (0) 89 9958 6034  
[alexandra.fexer@sky.de](mailto:alexandra.fexer@sky.de)  
[twitter.com/SkyDeutschland](https://twitter.com/SkyDeutschland)