

Sky lockt Hunderttausende in die Welt von „Game of Thrones“

- „Game of Thrones“ erreicht in der Sonderprogrammierung vom 10. bis 26. April 1,63 Millionen Zuschauer und über 10 Mio. Kontakte auf linearen und non-linearen Sky Plattformen
- Über 400.000 Kontakte zum Auftakt der fünften Staffel der HBO-Serie
- Mehr als 700.000 Fans verfolgen die Serie über den Online-Service Sky Go
- Martin Michel: „Nur Sky hat die Möglichkeit, Werbekunden mit Sonderprogrammierungen wie Sky Thrones HD ein einzigartiges Umfeld zu bieten. Der Erfolg spricht für sich.“

Unterföhring, 05.5.2015 – Die HBO-Erfolgsserie „Game of Thrones“ zieht auf Sky erneut ein Millionenpublikum in ihren Bann. 1,63 Millionen Zuschauer ab 3 Jahren, davon 1,4 Millionen Erwachsene zwischen 14 und 59 Jahren, sahen im Zeitraum vom 10. bis 26. April die Fantasy-Saga auf Sky.

Zum Start der neuen Staffel präsentierte Sky die umfangreichste Programmierung, die es jemals zu einer Serie gab. Der Sender Sky Hits wurde vom 10. bis 26. April zum Speziälsender Sky Thrones HD, der alle Episoden der ersten vier Staffeln der Fantasy-Saga rollierend und die ersten beiden Folgen der fünften Staffel in Originalfassung ausstrahlte. Diese Sonderprogrammierung sorgte auf linearen und non-linearen Sky Plattformen für mehr als 10 Millionen Kontakte bei den Zuschauern gesamt, davon 9,3 Millionen bei Erwachsenen im Alter von 14 bis 59 Jahren. Den Kampf um den eisernen Thron verfolgten dabei 9,6 Millionen Zuschauer ab 3 Jahren an den TV-Geräten, mehr als 700.000 Fans nutzten Sky Go zum Abrufen der Episoden und allein die ersten beiden Episoden der fünften Staffel erreichten weitere 78.000 Fans über den On-demand-Service Sky Anytime.

Die Premiere der ersten beiden Folgen der fünften Staffel in Originalfassung verfolgten 439.000 Fans. 198.000 Zuschauer insgesamt sahen die Ausstrahlung im linearen TV, davon waren 194.000 in der werberelevanten Zielgruppe der Erwachsenen von 14 bis 59 Jahren. 162.000 Begeisterte sahen die Episoden über den Online-Service Sky Go und weitere 78.000 über Sky Anytime. Die erste Folge in deutscher Synchronfassung, die am 27. April auf Sky Atlantic HD ausgestrahlt wurde, sahen weitere 245.000 Fans. Davon waren 243.000 Erwachsene zwischen 14 und 59 Jahren.

Martin Michel, Geschäftsführer Sky Media Network: „Nur Sky hat die Möglichkeit, Werbekunden mit Sonderprogrammierungen wie Sky Thrones HD ein einzigartiges fiktionales Umfeld im deutschen TV-Markt zu bieten. Der Erfolg bei den Fans spricht für sich.“

Werbekunden profitieren von der Sonderprogrammierung der Kultserie

Zu den Sponsoren im Umfeld von „Games of Thrones“ gehören vor allem Dr. Oetker sowie Square Enix. Während Dr. Oetker den „Pizzaburger“ mit einem Multiscreen-Sponsoring im Umfeld der Serie inszeniert, belegt der Anbieter für

Unterhaltungsmedien, Square Enix, crossmediale Sonderwerbformen mit exklusiver Platzierung für das Action-Rollenspiel „Final Fantasy Type-0 HD“.

Quelle: Sky: AGF in collaboration with GfK; TV Scope; Sky Anytime: ClearView Panel, Households; Sky Go: Census Measurement, Omniture/Adobe, Unique Views; 10.4.-30.4.2015

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
twitter.com/SkyDeutschland