

## Sky Media übertrifft erneut Wachstumsziele

- Umsatzwachstum von 27 Prozent gegenüber Vorjahr
- Vermarktungserlöse der Partnerkanäle um 79 Prozent gestiegen
- Kundenwachstum um 12 Prozent, 6 Prozent mehr Neukunden
- Thomas Deissenberger und Martin Michel, Geschäftsführer Sky Media: „2015 war ein starkes Jahr für Sky Media. Wir haben unsere ehrgeizigen Vermarktungsziele mit einem hohen zweistelligen Umsatzwachstum erneut übertroffen.“

Unterföhring, 2. Februar 2016 – Der Sky Vermarkter Sky Media GmbH zieht eine positive Bilanz zum Abschluss des Kalenderjahres 2015 und verzeichnet im siebten Jahr in Folge ein starkes Umsatz- und Kundenwachstum. Der Gesamtumsatz ist um 27,2 Prozent gegenüber dem Vorjahr gewachsen. Allein die Erlöse der von Sky Media vermarkteten Partnerkanäle sind um 79 Prozent gegenüber dem Vorjahreswert gestiegen und tragen signifikant zur positiven Bilanz bei. Die Zahl der Kunden stieg auf 488 um 12 Prozent gegenüber dem Vorjahr (2014: 436). Auch die Zahl der Neukunden konnte der Vermarkter um 6 Prozent steigern. Marken wie Panasonic Deutschland, Mastercard, Barclays Bank, Flensburger Brauerei oder Chiquita Deutschland warben erstmalig auf Sky.

Thomas Deissenberger, Geschäftsführer Sky Media: „2015 war ein starkes Jahr für Sky Media. Wir haben unsere ehrgeizigen Vermarktungsziele mit einem hohen zweistelligen Umsatzwachstum erneut übertroffen. Neben der erfolgreichen Vermarktung unserer Sky Sender kommt ein wesentlicher Teil des Wachstums aus den Werbeerlösen unserer Partnerkanäle.“

„Wir erreichen mit unserem Entertainment-Content die kritische Größe von 2,5 Prozent Marktanteil – ein Beleg für die Relevanz von Sky und der Partnersender auf dem TV-Markt. Diese Reichweiten können wir immer besser kapitalisieren, wie unsere neuen Umsatzrekorde unterstreichen“, ergänzt Martin Michel, Geschäftsführer Sky Media.

### Große Vermarktungserfolge: Sky 007 HD und Thrones HD

Die Auslastungen der einzelnen Sparten Sport und Fiction (Filme, Serien) waren 2015 ebenfalls auf höchstem Niveau. Die Auslastung der Werbeflächen auf den Sportkanälen lag bei durchschnittlich 84 Prozent und konnte um 4,2 Prozent gegenüber dem Vorjahr gesteigert werden. Dabei waren die klassischen Werbeflächen zu 91 Prozent und die Sonderwerbeformen zu 69 Prozent ausgebucht.

Im fiktionalen Bereich lag die Auslastung ebenfalls deutlich über Vorjahresniveau. Spezielle Vermarktungsangebote zur 5. Staffel der hochgelobten HBO-Serie „Game of Thrones“ oder zur James-Bond-Sonderprogrammierung „Sky 007 HD“ haben insbesondere zu den positiven Zahlen beigetragen. So waren durchschnittlich 81 Prozent der Werbeflächen auf den Fiction-Sendern ausgebucht, 5,7 Prozent mehr

als im Vorjahr. Wachstumstreiber waren hier die Partnersender, bei denen die Auslastung um fast 30 Prozent höher lag als im Jahr 2014.

---

## **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 Service Sky Go, des On-Demand-Angebots Sky On Demand 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)