

Reichweitenrekord auf Sky zum Start der Fußball-Bundesliga-Saison 2014/15

- Reichweitenstärkster 1. Spieltag auf Sky: 4,12 Millionen Zuschauer verfolgten das erste Bundesliga-Wochenende.
- Die Bundesliga Konferenz auf Sky erreichte mit einem Marktanteil von 16,8 Prozent bei den Männern zwischen 14 und 59 Jahren die Marktführerschaft am Samstagnachmittag.

Unterföhring, 26.08.2014 – Der erste Spieltag der neuen Bundesliga-Saison hat Sky einen Reichweitenrekord beim Bundesliga-Auftakt beschert: 4,12 Millionen Zuschauer (3+) verfolgten live die Begegnungen am Wochenende auf Sky, in der werberelevanten Zielgruppe der Männer zwischen 14 und 59 Jahren sahen 1,94 Millionen zu. Zuvor lag der Rekord eines ersten Spieltages in der Saison 2011/2012 bei 3,40 Millionen Zuschauern (3+) und 1,92 Millionen männlichen Zuschauern zwischen 14 und 59 Jahren. Die höchste durchschnittliche Sehbeteiligung erzielte die Bundesliga-Konferenz mit 1,23 Millionen Zuschauern. Dies entsprach einem Marktanteil von 10,2 Prozent, bei Männern im Alter zwischen 14 und 59 Jahren sogar von 16,8 Prozent. Damit erzielte Sky, wie schon in der Vorsaison, die deutliche Marktführerschaft in der werberelevanten Zielgruppe der Männer 14 bis 59 Jahren am Samstagnachmittag. Nicht eingerechnet in diese Zahlen sind die Gäste der Sky Sportsbars sowie diejenigen Abonnenten, die den ersten Bundesliga-Spieltag über Sky Go via Web, iPad, iPhone, iPod touch und Xbox 360 gesehen haben.

Martin Michel, Geschäftsführer Sky Media Network: "Der Sieg der deutschen National-Elf in Brasilien wirkt sich auch auf die Bundesliga aus. Auch über die nächsten Wochen und Monate wird uns die WM einen Schwung geben, sowohl bei national als auch internationalen Wettbewerben. Wir bieten unseren Kunden einzigartige Möglichkeiten der Inszenierung und Emotionalisierung einer Marke – nun auch auf unserem Online-Service Sky Go. Die crossmediale Multiscreen-Inszenierung eines Produkts rund um die Bundesliga ermöglichen Werbungtreibenden, sich mit hoher Präsenz zu positionieren und ihre Marke durch das attraktive Umfeld der Bundesliga aufzuladen."

Sky Media Network, die führende Vermarktungsgesellschaft im Bereich Pay-TV, verzeichnete für den ersten Spieltag eine der höchsten Auslastungen bei einem Saisonauftakt. Die klassischen Werbeflächen waren zu 97 Prozent ausgelastet, die Werbeformen Countdown Split und Exklusiv-Werbeblock sogar zu 100 Prozent belegt. Mit einem Umsatzplus von 53 Prozent im Vergleich zum Auftakt der Vorsaison ist Sky Media Network erfolgreich in die Vermarktung der Bundesliga-Saison 2014/2015 gestartet.

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 16 Partnerkanäle TNT Film, TNT Serie, TNT Glitz, Cartoon Network, Boomerang, HISTORY, The Biography Channel, 13TH STREET, Syfy, FOX, E! Entertainment, Universal Channel, DELUXE MUSIC, National Geographic und NAT GEO Wild. Neben TV umfasst das Portfolio von Sky Media Network auch die Vermarktung des mobilen Services Sky Go, das On-Demand-Angebot 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 top-aktuelle Spielfilme und Serien bis hin zu Dokumentationen und Kinderformaten. Bei den Werbeformen 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