

Sky Media Network startet mit Rekordauslastung in Vermarktung der neuen Bundesliga-Saison

- **Live-Umfelder am 1. Spieltag erneut bis zu 100 Prozent ausgelastet**
- **Sonderwerbformen sind größter Wachstumstreiber**
- **2. Bundesliga mit deutlichem Umsatzplus zum Auftakt**
- **Martin Michel, Geschäftsführer Sky Media Network: „Werbekunden können in dem Bundesliga-Umfeld von Sky eine deutlich höhere Werbewirkung erzielen als in herkömmlichen TV-Umfeldern.“**

Unterföhring, 13. August 2015 – Sky blickt nach einem neuen Reichweitenrekord in der vergangenen Saison von durchschnittlich 4,95 Millionen Kontakten* erwartungsfroh auf den Saisonstart am 14. August. In der Vermarktung verzeichnet Sky Media Network für den ersten Spieltag mit einer Auslastung von 87 Prozent den höchsten Wert zu einem Saisonauftakt. Die klassischen Werbeflächen sind zu 94 Prozent ausgelastet, darunter der Werbeblock und der Countdown-Split. Mit einem Auslastungsplus von 27 Prozent im Vergleich zum Auftakt der Vorsaison sind die Sonderwerbformen der größte Wachstumstreiber. Die Formate Co-Sponsoring, Konferenztrenner und Live-Insert sind dabei besonders stark nachgefragt und mit einer Auslastung von bis zu 100 Prozent nahezu ausverkauft. Insgesamt ist Sky Media Network mit einem deutlichen Umsatzplus erfolgreich in die Vermarktung der neuen Bundesliga-Saison gestartet.

Zu den größten Werbekunden in der neuen Saison gehören Bwin, die Krombacher Brauerei, Kia Motors und Tipico. Darüber hinaus hat Sky zahlreiche neue Kunden gewonnen, darunter Schöffel und die Fischer Werke. Einige Kunden haben ihr Engagement erweitert, darunter Coca Cola, Puma, Targobank oder COTY. EA SPORTS wird insbesondere auf Sky Go noch umfangreicher werben.

Um das Bundesliga Live-Umfeld für die Werbekunden noch attraktiver zu gestalten, hat Sky einzelne Sonderwerbformen angepasst und die Fläche unter Berücksichtigung des Spielflusses im Live-Geschehen erweitert. Zur neuen Saison wird der Superframe deutlich vergrößert und die Bildfläche beim Auflaufen der Teams dadurch um 50 Prozent verkleinert. Zudem wurde die Größe der Live-Inserts angepasst und verdoppelt sowie die Länge des Live-Inserts von fünf auf zehn Sekunden angepasst.

Zuschauer schätzen hochwertiges Bundesliga-Umfeld bei Sky

Das Live-Bundesliga-Umfeld ist für Sky Abonnenten der Maßstab für hochwertige Sportübertragungen. Das hat eine Befragung von Repucom Deutschland GmbH ergeben, die das Marktforschungsunternehmen unter 500 Sky Zuschauern mit Sky Fußball-Bundesliga Abonnement durchgeführt hat. 87 Prozent der Sky Zuschauer wählen Sky aufgrund der hochwertigen, umfassenden und kompetenten Fußball-Berichterstattung. 83 Prozent schauen sich häufiger die Bundesliga an, seitdem sie das Sky Abonnement haben.

„Die Bundesliga ist das attraktivste Live-Sport-Angebot im deutschen Werbemarkt. Die hohe Qualität der Live-Berichterstattung entspricht dem Premiumanspruch von Sky. Werbekunden können in diesem Umfeld eine deutlich höhere Werbewirkung erzielen als in herkömmlichen TV-Umfeldern“, betont Martin Michel.

Die 2. Bundesliga mit Umsatzplus weiter auf Erfolgskurs

Bereits am ersten Spieltag ist die 2. Bundesliga auf Sky erfolgreich in die neue Saison gestartet. Im Vergleich zum Auftakt der Vorsaison konnte der Umsatz um 35 Prozent gesteigert werden. Insgesamt 26 Neukunden, die nicht in der Hinrunde der Vorsaison aktiv waren, sicherten sich zum Saisonstart ihre Werbeplätze im Live-Umfeld. Besonders stark wurden hier die Werbeformen Skyscraper und Werbeblock gebucht.

Quellen: Sky: AGF in collaboration with GfK; TV Scope, Ratings 3+; Sky Out of Home: ClearView Panel, Households with Individuals 3+; Sky Go: Census Measurement, Omniture/Adobe, Unique Views.

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