

Golf wird als Werbeumfeld im Fernsehen immer attraktiver

- **Sky als führender Golf-Sender profitiert vom Boom rund um Martin Kaymer**

Unterföhring, der 19. Mai 2011. Der Golfsport wird in Deutschland immer populärer. Als Folge der kometenhaften Karriere des neuen Shooting-Stars Martin Kaymer entdecken auch zunehmend die werbungstreibenden Unternehmen und ihre Agenturen Golf als Werbeumfeld im Fernsehen. Von dieser positiven Entwicklung profitiert vor allem das Entertainment-Unternehmen Sky, mit 850 Stunden Live-Golf im Jahr der Golf-Sender Nr.1 in Deutschland und Österreich. So ist für Sky-Vermarkter Premium Media Solutions (PMS) 2011 die bisher erfolgreichste Vermarktungs-Saison. Alle Werbeumfelder rund um den kleinen Ball sind so stark gebucht wie nie zuvor.

Dabei schalten Top-Marken wie Audi, OMEGA, UniCredit oder SCHÜCO im Umfeld der Golf-Berichterstattung bei Sky nicht nur klassische Werbespots, sondern nutzen die Bandbreite der kundenindividuellen Sonderwerbformen: vom Single-Spot über den Countdown-Split über Gewinnspiele und TV-Skyscraper bis zu den unterschiedlichen Sponsoring- und Presenting-Möglichkeiten, wie das Exklusiv-Sponsoring von UniCredit bei den UniCredit Ladies German Open, die Sky an diesem Wochenende erstmals live überträgt.

Neben der gestiegenen Popularität ist es vor allem die Qualität der Zielgruppen, die Golf für die werbungstreibende Wirtschaft im TV so attraktiv macht. So zählen Golf-Zuschauer zu den mit Abstand kaufkräftigsten, einkommensstärksten und am besten gebildeten Zielgruppen im deutschen Fernsehen.

Sky überträgt Golf jeweils von Donnerstag bis Sonntag ca. vier bis sechs Stunden täglich live und exklusiv. Der Pay-TV-Sender verfügt langfristig über die TV-Rechte an allen renommierten Turnieren der Majors, der US PGA Tour, der European PGA Tour, der World Golf Championships sowie dem Presidents Cup und dem Ryder Cup. Auch bei der PMS liegt der Golfsport in guten und professionellen Händen: Um die erfolgreiche Vermarktung bei PMS kümmert sich die Unit Special Sales unter Leitung von Ariane Koehn, unterstützt von Christian Schunck, dem amtierenden Kapitän der deutschen Golf-Nationalmannschaft der Herren.

Antje Burda, Director Sales & Brand Consulting PMS: „Für uns ist es eine sehr erfreuliche Entwicklung, dass die Unternehmen und Agenturen das Golf-Umfeld bei Sky in diesem Jahr so stark buchen – Martin Kaymer und der kompetenten und umfassenden Berichterstattung bei Sky sei Dank. Durch das stetig wachsende Interesse könnte sich der Golfsport so langfristig zu einem wichtigen Vermarktungsstandbein im Sportbereich von Sky und PMS entwickeln.“

Diese Meldung ist im Internet unter www.premium-solutions.de abrufbar.

Kontakt:

Britta Krämer

Kommunikation

Tel. +49 89 / 99 58 – 7167

britta.krämer@premium-solutions.de