

## Sky Vermarkter verzeichnet bei Fußball-Bundesliga neue Rekorde

- **Werbeumsatz steigt im Vergleich zum vergangenen Saisonauftakt um 20 Prozent**
- **PMS baut bestehendes Kundenpotential aus und gewinnt neue Kunden**
- **Turkish Airlines avanciert zum neuen Großkunden von Sky**

*Unterföhring, 05. August 2011.* Der Sky Vermarkter Premium Media Solutions (PMS) meldet zum Start der Fußball-Bundesliga am heutigen Freitag neue Rekorde bei der Werbevermarktung. So hat sich die Auslastung der bestehenden Werbeflächen im Vergleich zum Bundesliga-Auftakt der Saison 2010/2011 um mehr als 50 Prozent erhöht. Auf Basis des aktuellen Standes der Werbebuchungen verzeichnet PMS damit den höchsten Werbeumsatz, der jemals zum Start in eine neue Spielzeit auf Sky erwirtschaftet wurde. Dieses All-Time-High bedeutet im Vergleich zum vergangenen Saisonbeginn eine Steigerung der Werbeumsätze um 20 Prozent.

Damit ist es der PMS gelungen, die Positionierung der Fußball-Bundesliga bei Sky als Premium-Produkt im TV-Werbemarkt weiter nachhaltig zu stärken. Neben dem Ausbau von HD und 3D sowie weiteren Innovationen in der Berichterstattung und Analyse (wie z.B. die Verlängerung des Vorberichts zum Top-Spiel der Woche und die Neu-Verpflichtung von Oliver Pocher) liegen die Gründe dafür vor allem in der positiven Entwicklung der Leistungswerte. Seit dem 1. April 2011 wird die Media-Performance von Sky auf Basis der einzig anerkannten TV-Währung der AGF erhoben und ausgewiesen.

Als Folge ist die Nachfrage nach Werbeumfeldern rund um die Bundesliga sowohl bei bestehenden Kunden als auch bei Neukunden deutlich angestiegen. So führen zum Beispiel traditionell starke Kunden wie Krombacher als TV-Sponsor oder Tillman's Toasty als Kunde der Konferenztrenner ihr seit vielen Jahren bestehendes Engagement bei Sky fort. Die Liste der prominenten Neukunden wird von Turkish Airlines (TA) angeführt: Mit ihrem erstmaligen und breit angelegten Werbeauftritt bei der Fußball-Bundesliga avanciert die Fluggesellschaft gleich vom Start weg zu einem der größten Werbekunden von Sky. So übernimmt TA über die ganze Saison das Bundesliga-Gewinnspiel und tritt als TV-Presenter der Rubrik Man of the Match und der Fußball-Debatte Sky90 auf. Darüber hinaus bucht TA von August bis Dezember mit dem TV-Skyscraper eine weitere Sonderwerbform.

Neukunde in der Bundesliga auf Sky ist auch Autohersteller Suzuki, der als TV-Presenter der wöchentlichen Bundesliga-Vorschau Mein Stadion seine Nähe zum Fußball-Fan unterstreicht. Der Wett-Anbieter Tipico engagiert sich ebenfalls erstmalig in der Bundesliga und tritt zum Start als zweiter Hauptsponsor neben Krombacher, als Co-Presenter von Mein Stadion und von Sky90 sowie als Kunde der Konferenztrenner auf.

**Antje Burda, Director Sales PMS:** „Wir freuen uns über die so deutlich gestiegene Attraktivität der Sky Bundesliga als Premium-Werbeumfeld. Die gute Resonanz bei unseren bestehenden Werbekunden, vor allem aber unsere neuen Partnerschaften zeigen, dass sich die Live-Berichterstattung der Fußball-Bundesliga auf Sky auch im Werbemarkt als feste Größe etabliert hat. Die Tatsache, dass wir insbesondere bei den Männer-Zielgruppen unangefochten gute Leistungswerte bieten, ist bei allen für uns relevanten Werbekunden mittlerweile gesetzt.“

Diese Meldung ist im Internet unter [www.premium-solutions.de](http://www.premium-solutions.de) abrufbar.

**Kontakt:**

Britta Krämer

Kommunikation

Tel. +49 89 / 99 58 – 7167

[britta.kraemer@premium-solutions.de](mailto:britta.kraemer@premium-solutions.de)