



Sky Fußball-Studie 2015 / 2016

sky | MEDIA

Methode

Sky führt seit Ende 2012 in Zusammenarbeit mit Repucom, dem führenden Forschungs- und Beratungsunternehmen im internationalen Sportbusiness, eine Werbewirkungsstudie durch, welche das Sponsoring ausgewählter Sponsoren im Umfeld verschiedener Fußballwettbewerbe betrachtet.

ZIEL DER STUDIE

Die Studie soll den Erfolg der Werbemaßnahmen einzelner Programm-sponsoren im Umfeld ausgewählter Fußball-Wettbewerbe auf Sky aufzeigen.

MESSUNGEN

- 1. Welle:** Beginn der Bundesliga-Hinrunde 2012/2013; Sep. 2012
- 2. Welle:** Nach der Bundesliga-Hinrunde 2012/2013; Dez. 2012
- 3. Welle:** Ende der Bundesliga-Rückrunde 2012/2013; Mai 2013
- 4. Welle:** Nach der Bundesliga-Hinrunde 2013/2014; Dez. 2013
- 5. Welle:** Ende der Bundesliga-Rückrunde 2013/2014; Mai 2014
- 6. Welle:** Vor Beginn der Bundesliga-Hinrunde 2014/2015; Aug. 2014
- 7. Welle:** Nach der Bundesliga-Hinrunde 2014/2015; Dez. 2014
- 8. Welle:** Nach der Bundesliga-Rückrunde 2014/2015; Mai 2015
- 9. Welle:** Vor Beginn der Bundesliga-Hinrunde 2015/2016; Juli 2015
- 10. Welle:** Nach der Bundesliga-Hinrunde 2015/2016; Dez. 2015
- 11. Welle:** Nach der Bundesliga-Rückrunde 2015/2016; Mai 2016

METHODIK

LAND:	Deutschland
STICHPROBE:	565 Sky-Kunden mit einem Bundesliga- oder Sport-Abonnement
ART DER INTERVIEWS:	Online-Interviews (CAWI)
GEWICHTUNG:	Alter, Geschlecht, Bundesland und Empfangsart
AUSWAHLVERFAHREN:	Zufallsauswahl von Sky-Kunden mit einem Bundesliga- oder Sport-Abonnement
FELDZEIT:	17.05.2016 – 27.05.2016

Mit dem Sky Fußball Umfeld zum Brand-Uplift

Management Summary

Top Fußball Umfeld auf Sky

Die Fußball (Live-) Berichterstattung auf Sky ist...

88%  **Unterhaltsam**

87%  **Kompetent**

84%  **Qualitativ hochwertiger**
als auf anderen Sendern

84%  **Abwechslungsreich**

79%  **Innovativ**
(z.B. durch interaktive Spiel / Taktik-Analysen).

Sehr gute Werbewirkung im Sky Fußball Umfeld

Die **ungestützte Bekanntheit** von Schauinsland-Reisen als Reiseanbieter hat sich im Verlauf der Bundesliga Saison 2015/2016 **verdoppelt.**

Kenner des Schauinsland-Reisen Konferenztrenners bewerten das

Image der Marke durchschnittlich **mehr als doppelt so gut** wie Nichtkenner.

Kenner des Schauinsland-Reisen Konferenztrenners

Empfehlen die Marke **+63%** häufiger weiter

Ziehen die Marke **+32%** mehr **in Betracht**

Haben bisher bei Schauinsland-Reisen **+14%** mehr **gebucht**





Ergebnisse zur Fußball (Live-) Berichterstattung und Werbung auf Sky

Starkes Fußball Live Programm auf Sky

Die Fußball (Live-) Berichterstattung auf Sky ist...



88% Unterhaltsam



87% Kompetent



84% Qualitativ hochwertiger
als auf anderen Sendern



84% Abwechslungsreich



79% Innovativ (z.B. durch interaktive
Spiel / Taktik-Analysen).



Basis: Sky-Kunden mit einem Bundesliga- oder Sport-Abonnement; Angaben in %; Zustimmung Top-3-Boxen; Skala von 1=Stimme voll und ganz zu bis 6=Stimme überhaupt nicht zu ;Frage: In früheren Studien haben andere Befragte folgende Aussagen gemacht. Inwieweit stimmen Sie den Aussagen zu? Quelle: Sky Deutschland/Repucom Mai 2016

Sonderwerbeformen mit passender Kreation wirken besser

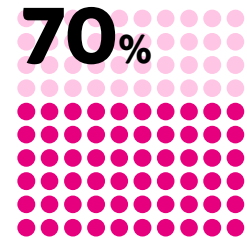
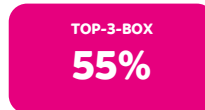
Sonderwerbeformen: L-Frame passende Kreation vs. L-Frame klassische Botschaft

Sonderwerbeform Bundesliga Live-Umfeld

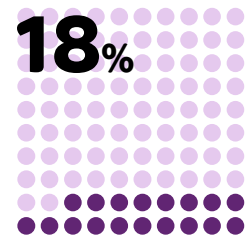
Kreativität des Werbespots

Wahrnehmung

L-Frame mit passender Kreation



L-Frame mit klassischer Botschaft



Frage: Haben Sie den L-Frame von Coca-Cola/Marke klassische Botschaft bereits bei Sky gesehen? Nachdem Sie den Werbespot von Coca-Cola/Marke klassische Botschaft gesehen haben: Wie kreativ finden Sie den Werbespot von Coca-Cola/Marke klassische Botschaft? ; Quelle: Repucom / Sky Deutschland



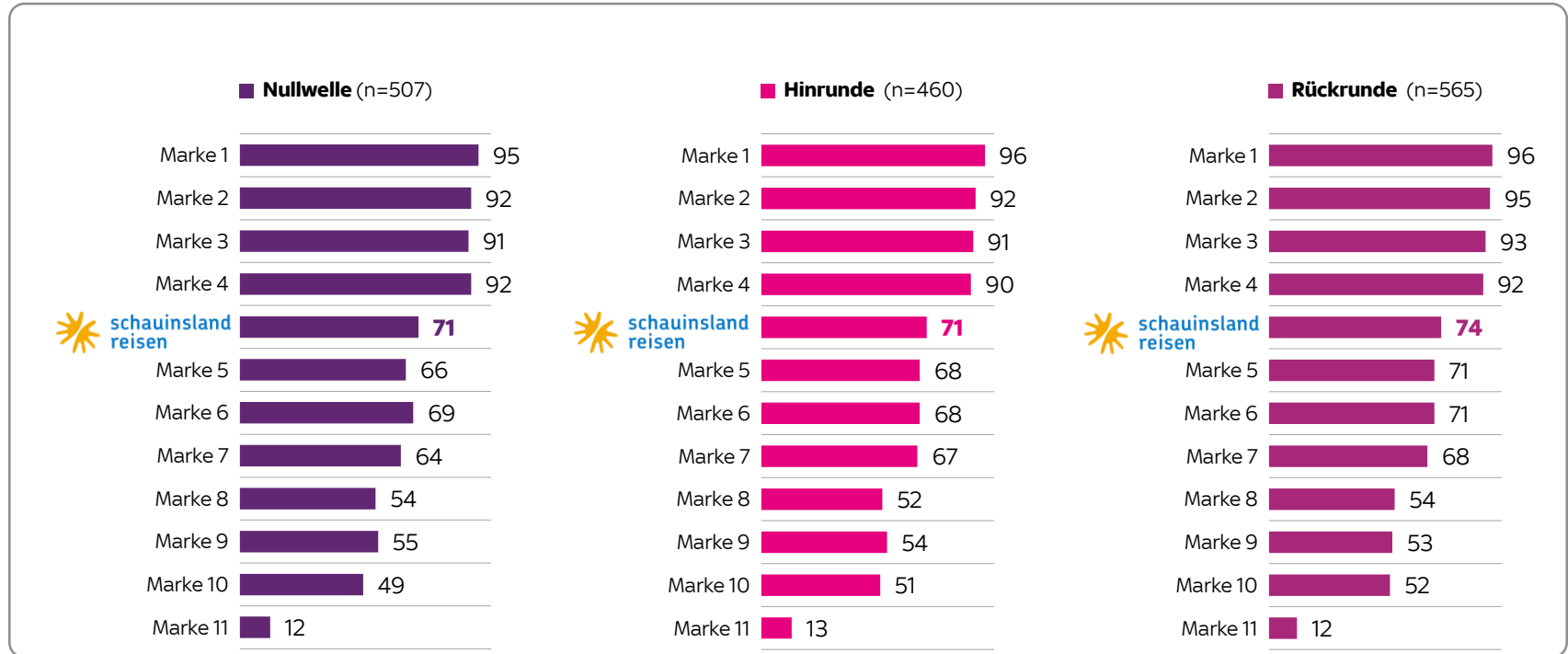
schauinsland
reisen

Ergebnisse zu Schauinsland-Reisen

— URLAUB IN BESTEN HÄNDEN

Steigerung der gestützten Bekanntheit von Schauinsland-Reisen

Gestützte Bekanntheit von Reiseanbietern [Angaben in %]

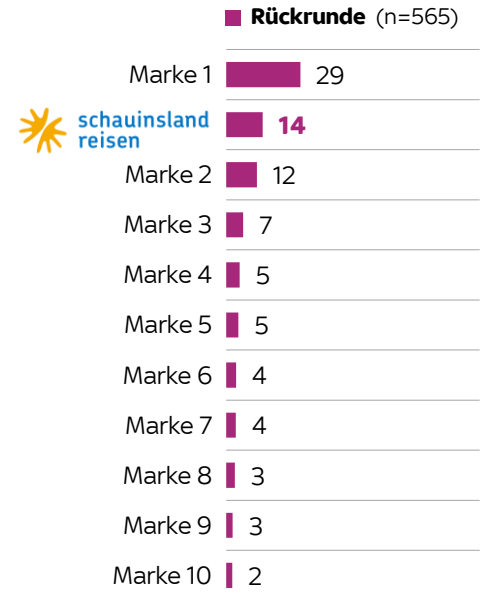
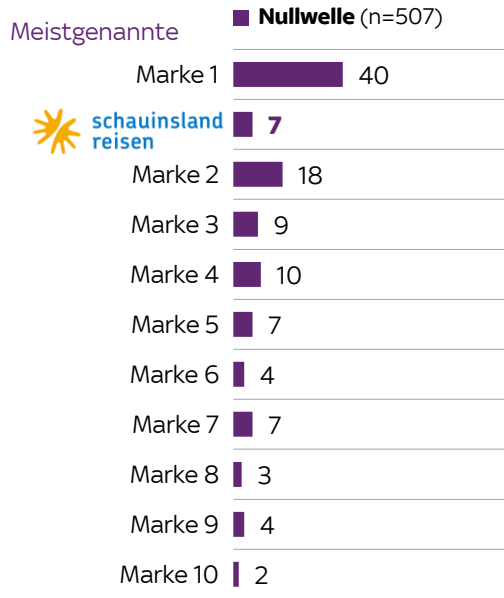


Basis: Sky-Kunden mit einem Bundesliga- oder Sport-Abonnement Frage: Welche der folgenden Reiseanbieter sind Ihnen bekannt, wenn auch nur dem Namen nach? Quelle: Sky Deutschland/Repucom Mai 2016

Starke Steigerung der ungestützten Bekanntheit

Ungestützte Bekanntheit von Reiseanbietern [Angaben in %]

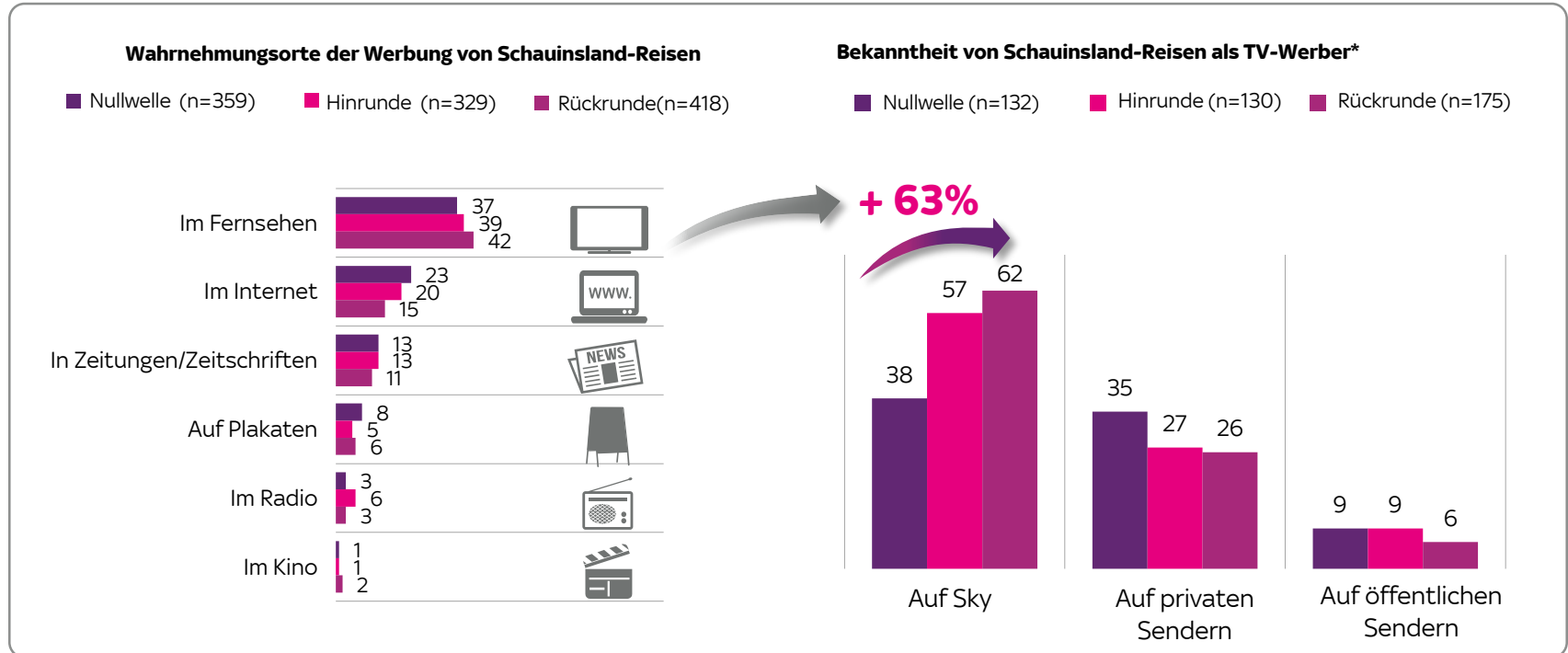
+ 100%
ungestützte Bekanntheit



Basis: Sky-Kunden mit einem Bundesliga- oder Sport-Abonnement Frage: Im Folgenden geht es um Reiseanbieter. Welche Reiseanbieter kennen Sie, wenn auch nur dem Namen nach? Quelle: Sky Deutschland/Repucom Mai 2016

Starke Steigerung der Bekanntheit als TV-Werber auf Sky

Wahrnehmungsorte Werbung Schauinsland-Reisen (Angaben in %)



Basis: Befragte, denen Schauinsland-Reisen bekannt ist / * Befragte, die Werbung von Schauinsland-Reisen im Fernsehen wahrgenommen haben. Frage: Denken Sie bitte nun an die Werbung von Schauinsland-Reisen. Wo haben Sie in der letzten Zeit Werbung von Schauinsland-Reisen gesehen, gehört oder gelesen? / Wissen Sie noch, auf welchen der folgenden Sender Sie Werbung von Schauinsland-Reisen gesehen haben? / * Vergleich Nullwelle und Rückrunde. Quelle: Sky Deutschland/Repucom Mai 2016

Der Konferenztrenner strahlt positiv auf das Marken-Image ab

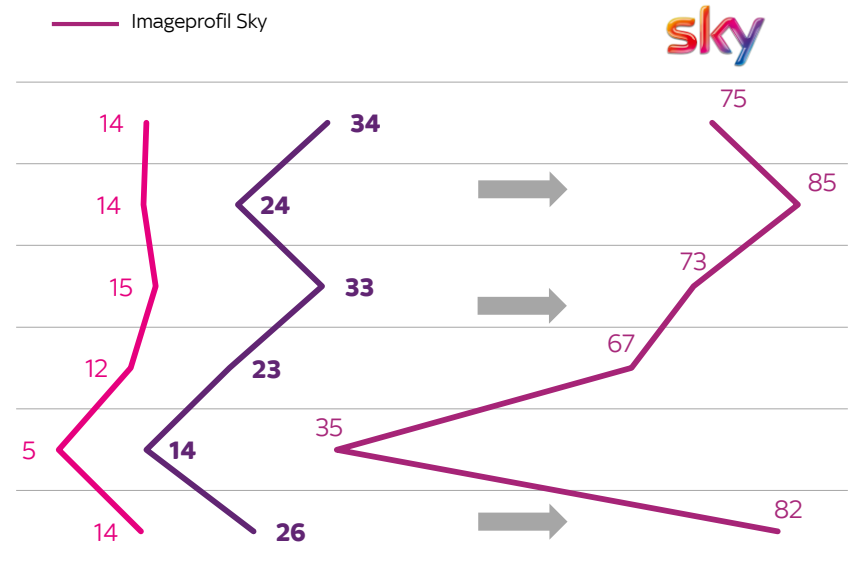
Imageprofil Schauinsland-Reisen: Werbe-Kenner vs. Werbe-Nicht-Kenner Konferenztrenner



„Schauinsland-Reisen“...

- ...ist sympathisch.
- ...ist zuverlässig.
- ...ist vertrauenswürdig.
- ...ist vorbildlich.
- ...steigert mein Ansehen.
- ...ist empfehlenswert.

- Nicht-Kenner Konferenztrenner
- Kenner Konferenztrenner
- Imageprofil Sky

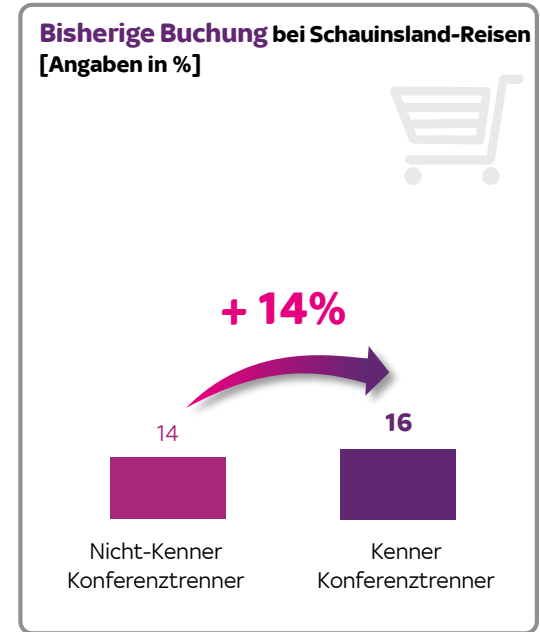
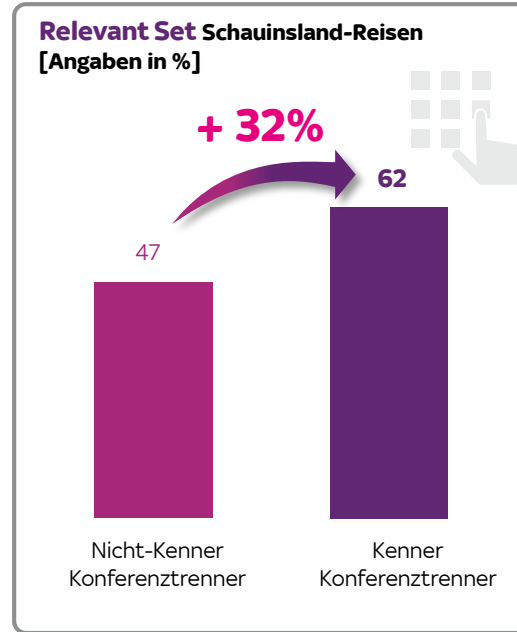
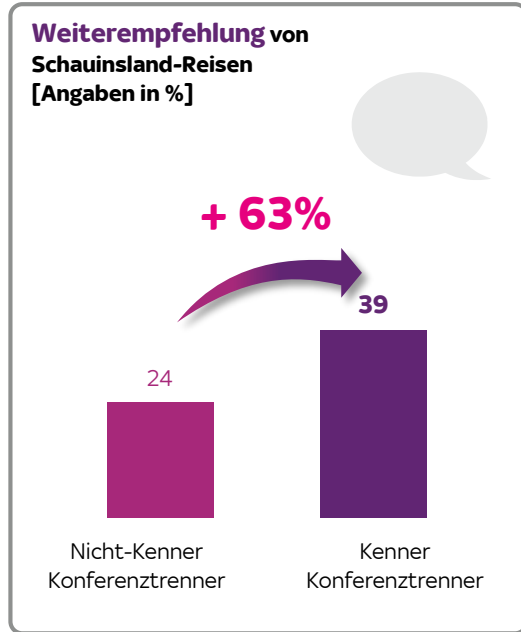


[Angaben in %; Zustimmung Top-3-Boxen; Skala von 1=Stimme voll und ganz zu bis 6=Stimme überhaupt nicht zu]

Basis: Befragte, die zumindest gelegentlich Wettbewerbe der 2. Bundesliga rezipieren und Schauinsland-Reisen kennen. Nicht-Kenner n=301, Kenner n= 117, Imageprofil Sky n=565; Frage: Haben Sie den Konferenztrenner von Schauinsland-Reisen während der 2. Fußball-Bundesliga Konferenz schon einmal gesehen? Quelle: Sky Deutschland/Repucom Mai 2016

Sehr positiver Einfluss des Sky Bundesliga Umfelds auf die Marke

Weiterempfehlung, Buchung, Relevant Set: Kenner Konferenztrenner vs. Nicht-Kenner Konferenztrenner



Markenwerte: Zuschauer, die den Schauinsland-Reisen Konferenztrenner auf Sky kennen, bewerten die Marke deutlich positiver als Zuschauer, welche den Schauinsland-Reisen Konferenztrenner nicht kennen.

Basis: Befragte, denen Schauinsland-Reisen bekannt ist; Nicht-Kenner n=301, Kenner n= 117 / Fragen: Kommt der Reiseanbieter Schauinsland-Reisen für Sie grundsätzlich bei einer Reisebuchung in Frage? Würden Sie den Reiseanbieter Schauinsland-Reisen weiterempfehlen? Haben Sie oder jemand in Ihrem Haushalt schon einmal bei dem Reiseanbieter Schauinsland-Reisen eine Reise gebucht? Quelle: Sky Deutschland/Repucom Mai 2016



Ergebnisse zu EA SPORTS/FIFA

Der Konferenztrenner strahlt positiv auf das Marken-Image ab

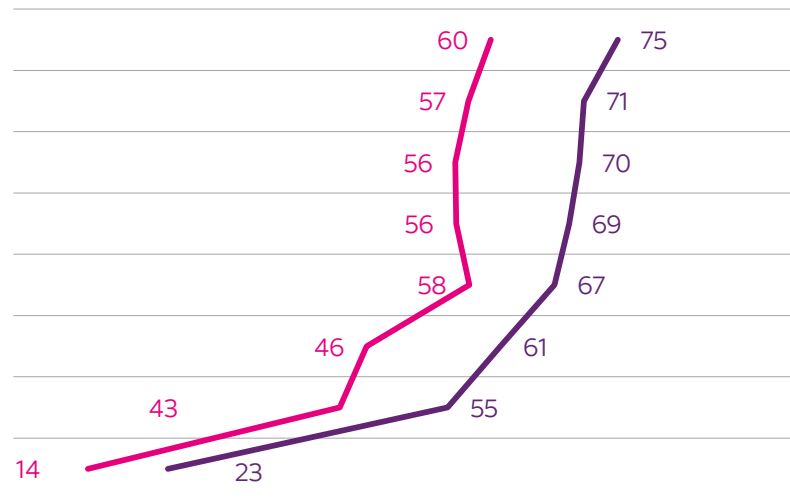
Image von EA SPORTS: Werbe-Kenner vs. Werbe-Nicht-Kenner Konferenztrenner



EA SPORTS...

- ...steht für Spaß.
- ...steht für hochwertige Unterhaltung.
- ...ist hochwertig.
- ...ist empfehlenswert.
- ...steht für Qualität.
- ...ist cool.
- ...ist sympathisch.
- ...steigert mein Ansehen.

— Nicht-Kenner Konferenztrenner
— Kenner Konferenztrenner

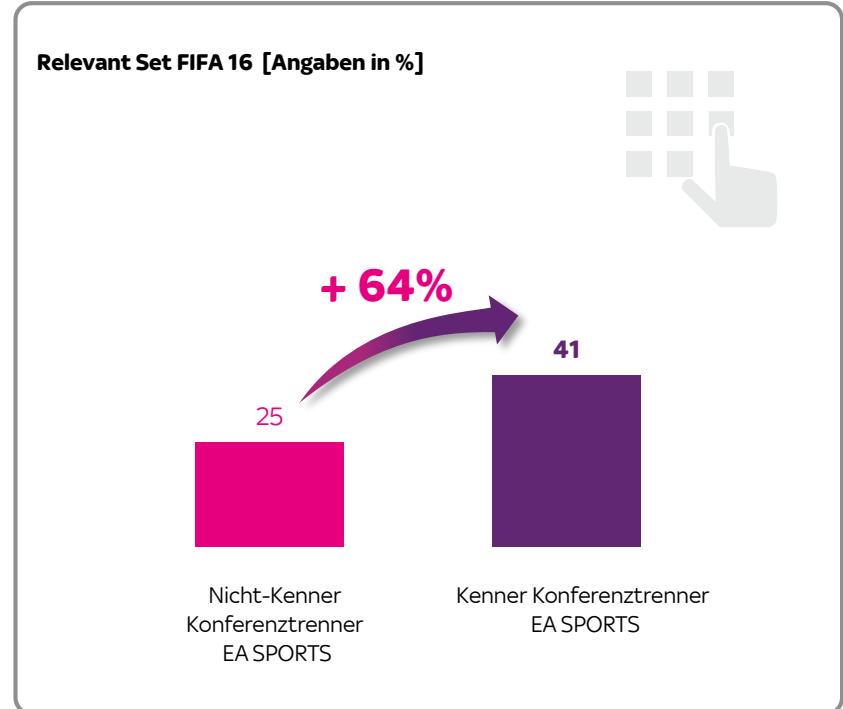
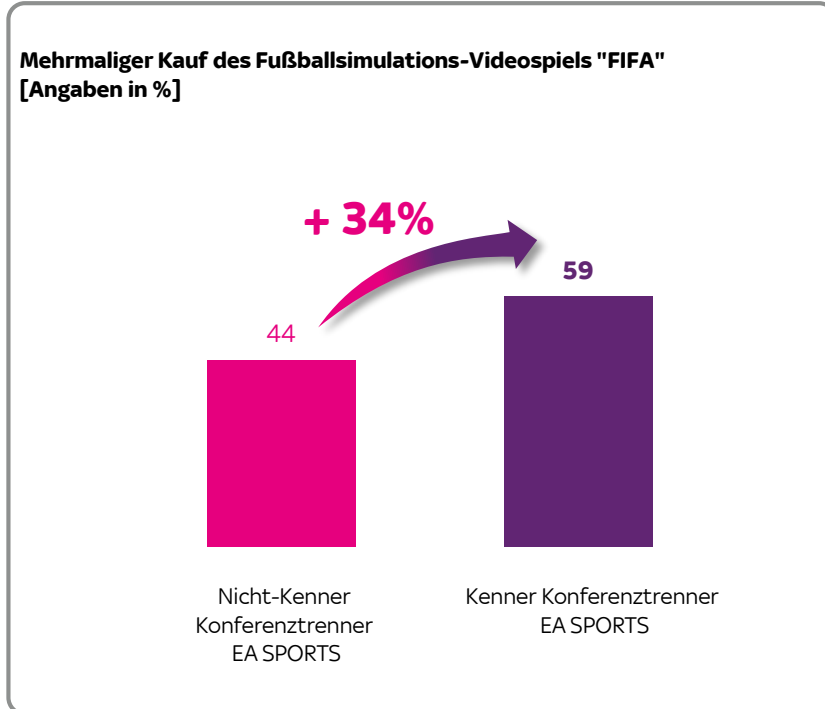


[Angaben in %; Zustimmung Top-3-Boxen; Skala von 1=Stimme voll und ganz zu bis 6=Stimme überhaupt nicht zu]

Basis: Befragte, die zumindest gelegentlich Wettbewerbe der Bundesliga rezipieren und EA SPORTS kennen. Nicht-Kenner Konferenztrenner n=167; Kenner Konferenztrenner n=307
Frage: Haben Sie den Konferenztrenner von Electronic Arts / EA SPORTS während der Fußball-Bundesliga Konferenz schon einmal gesehen? Quelle: Sky Deutschland/Repucom Mai 2016

Positiver Einfluss des Sky Bundesliga Umfelds auf den Absatz

Kauf/Relevant Set Videospiele FIFA: Kenner Konferenztrainer vs. Nicht-Kenner Konferenztrainer



Basis: Befragte, denen das Fußballsimulations-Videospiel „FIFA“ vom Spielehersteller EA SPORTS bekannt ist.; Nicht-Kenner Konferenztrainer n=167; Kenner Konferenztrainer n=307;

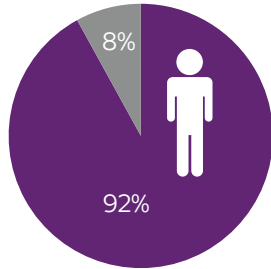
Fragen: Im September ist die neue Version des Videospiels „FIFA 16“ erschienen. Kommt für Sie grundsätzlich die neue Version bei einem Spiele-Kauf in Frage bzw. haben Sie diese bereits gekauft? Haben Sie oder jemand in Ihrem Haushalt schon das Fußballsimulations-Videospiel „FIFA“ gekauft?; Quelle: Sky Deutschland/Repucom Mai 2016



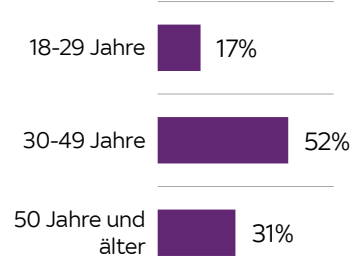
Anhang: Demografie Befragung

Demografie Befragung

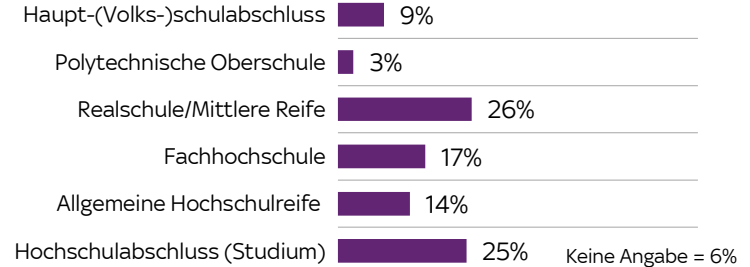
Geschlecht



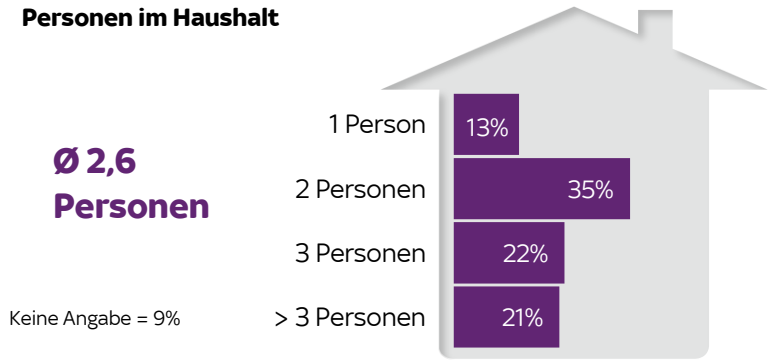
Alter



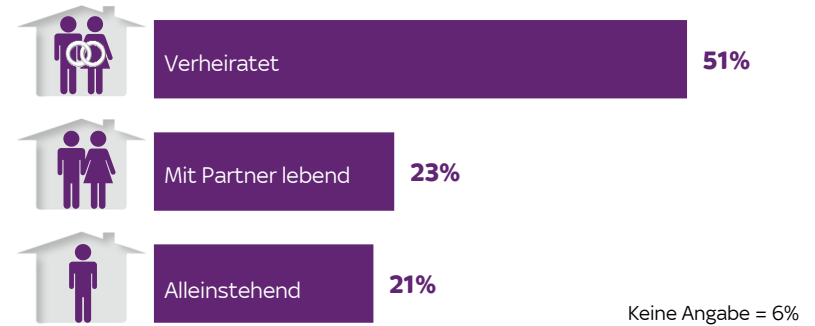
Bildungsstruktur



Personen im Haushalt

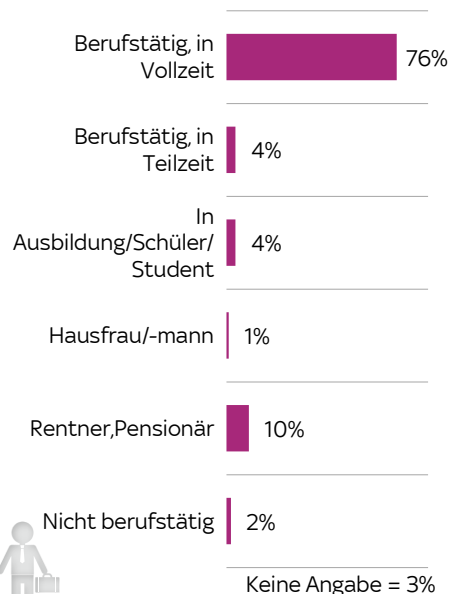


Familienstand

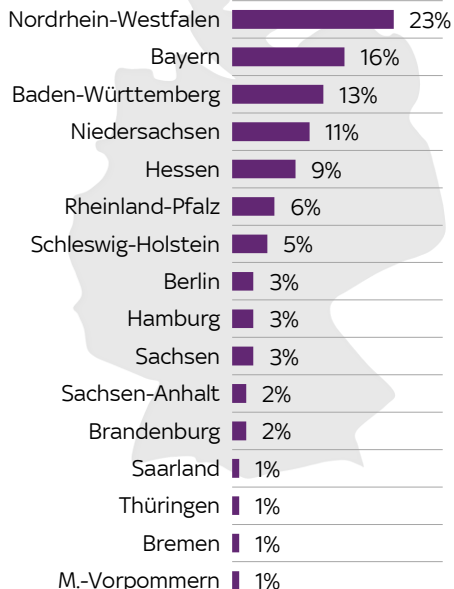


Demografie Befragung

Berufsstruktur



Bundesland



Einkommen



Ø 3.588,90 EUR

Kontakt

Sky Media GmbH
Medienallee 26
85774 Unterföhring
www.skymedia.de

E. info@skymedia.de
T. +49 (0)89 / 99 58 - 7143
F. +49 (0)89 / 99 58 - 97143

Sales
Thomas Brugger
T. +49 (0)89 / 9958 -7150
thomas.brugger@sky.de

Media Research
Jens Bimberg
T. +49 (0)89 / 9958 -7158
Jens.Bimberg@sky.de