

# DIE NUMMER EINS IM FUSSBALL

## 1 Der Fixpunkt der Bundesligaformate

Eine Studie des IFAK Instituts belegt: Die SPORTSCHAU im Ersten ist die wichtigste Fußballsendung im deutschen Fernsehen und der Leuchtturm in der Berichterstattung. Unternehmen, die in diesem Umfeld werben, profitieren von positiven Abstrahleffekten.

## 1 Hohe Affinität bei gefragten ZG

Die Zuschauerstruktur der SPORTSCHAU zeichnet sich insbesondere durch eine hohe Kaufkraft aus (HHNE 3000+€: 22 % MA), welche sich wiederum in einer überdurchschnittlichen Konsumaktivität widerspiegelt (Konsumaktive: 30 % MA). Zudem erreichen Sie über die SPORTSCHAU ein markenaffines Publikum (20% MA).

## 1 Beste Kampagnenfähigkeit

Die SPORTSCHAU bietet eine nahezu ganzjährige Präsenz. Den mit 33 Sendungen ist beste Kampagnenfähigkeit in einem hochemotionalen Sportumfeld geboten.

## 1 Der Reichweitengarant am Samstag

Die SPORTSCHAU Bundesliga erreicht in der Saison 22/23 rund 3,7 Mio. Zuschauer je Sendung und untermauert damit ihre Stellung als reichweitenstärkstes Bundesligaformat. In der Spitze verfolgen bis zu 4,5 Mio. Zuschauer die SPORTSCHAU.

## 1 Deutlich mehr Nettokontakte als Sky

Im Laufe einer Saison erzielt die SPORTSCHAU eine Nettoreichweite von über 35 Mio. Zuschauern – erreicht damit fast 4x mehr Personen als Sky. Es werden also auch bei langfristigen Buchungen stetig neue Kontakte generiert.

## 1 Hohe Werbeerinnerung & -akzeptanz

Im Vergleich zu Sky Bundesliga wird Werbung im Umfeld der SPORTSCHAU als weniger störend empfunden. Dies führt in der gestützten Werbeerinnerung zu einem Wirkungsplus von 12%, bei der ungestützte Werbeerinnerung konnte sogar ein Plus von 49% gemessen werden.



# SPORTSCHAU