

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. Und das bleibt auch so: Bis 2025 wurden die Übertragungsrechte verlängert.

1 Hohe Affinität bei gefragten ZG

Die Zuschauerstruktur der SPORTSCHAU zeichnet sich insbesondere durch eine hohe Kaufkraft aus. Sowohl bei den Zuschauern mit einem HHNE von mind. 3.000€ (21,8% MA), als auch bei den kaufkräftigen Entscheidern (23,2% MA) werden Maßstäbe gesetzt. Aber auch die jungen Zuschauer (M14-29), sind mit 19,3% MA in der Hinrunde stark vertreten.

1 Beste Kampagnenfähigkeit

Die SPORTSCHAU bietet eine nahezu ganzjährige Präsenz, denn mit 31 Sendungen in einem hochemotionalen Sportumfeld ist beste Kampagnenfähigkeit geboten.

1 Der Reichweitengarant am Samstag

Die SPORTSCHAU Bundesliga erreicht in der Hinrunde 21/22 über 4 Mio. Zuschauer je Sendung und untermauert damit ihre Stellung als reichweitenstärkstes Bundesligaformat. In der Spitze verfolgen bis zu 5,6 Mio. Zuschauer die SPORTSCHAU.

1 Deutlich mehr Nettokontakte als Sky

Im Laufe einer Saison erzielt die SPORTSCHAU eine Nettoreichweite von über 40 Mio. Zuschauer – damit fast 5x mehr als Sky. Es werden also auch bei langfristigem Einsatz eines Werbespots stetig neue Kontakte generiert. Der Reichweitemaufbau kann der unten aufgeführten Grafik entnommen werden.

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

Aufbau der Nettoreichweite*
Saison 2020/2021

