

LET'S DO SPORTSCHAU



DER LEUCHTTURM DER BUNDESLIAG

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+€: 24 % MA), welche sich wiederum in einer überdurchschnittlichen Konsumaktivität widerspiegelt (Konsumaktive: 34 % MA). Zudem erreichen Sie über die Sportschau ein markenaffines Publikum (21 % MA).

1 Beste Kampagnenfähigkeit

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

1 Der Reichweitengarant am Samstag

Die Sportschau Bundesliga erreicht in der Saison 23/24 rund 3,8 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 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.

1 Über 4x mehr Nettokontakte als Sky (15:30 + 18 Uhr)



SCANNEN
UND MEHR
ERFAHREN