

SPORTSCHAU

DER LEUCHTTURM DER BUNDESLIGA

1 Ein Leuchtturm mit Abstrahleffekten

Die Sportschau im Ersten ist die wichtigste Fußballsendung im deutschen Fernsehen und der Leuchtturm in der Berichterstattung. Eine Studie von rheingold aus dem Jahr 2023 zeigt: Werbung im Umfeld der Sportschau zahlt sich aus. Unternehmen, die hier werben, profitieren von positiven Abstrahleffekten – sie werden als wirtschaftlich stark, vertrauenswürdig und hochwertig wahrgenommen.

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 (34 % MA). Markenaffinität widerspiegelt (20 % MA).

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.

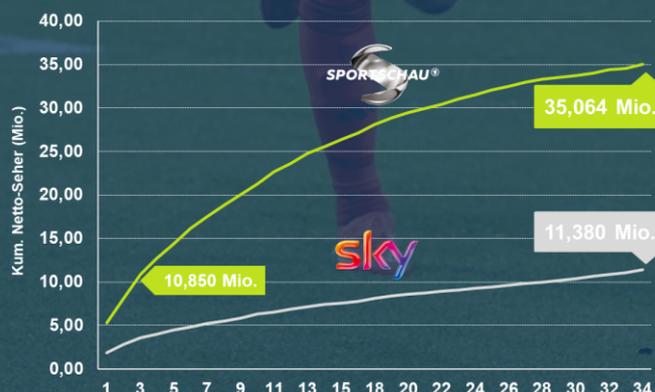
1 Der Reichweitengarant am Samstag

Die Sportschau Bundesliga erreichte in der Saison 2024/25 durchschnittlich 3,6 Mio. Zuschauer (E 14+) und untermauert damit ihre Stellung als reichweitenstärkstes Bundesliga-Format – auch im Vergleich zu den Liveübertragungen von Sky und DAZN, die deutlich darunter liegen. In der Spitze verfolgen bis zu 4,4 Mio. Zuschauer die Sportschau.

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 Über 4x mehr Nettokontakte als Sky (15:30 Uhr) Z3+



SCANNEN
UND MEHR
ERFAHREN