BUNDESLIGA SPORTSCHAU
SAISON 2018/19

Ganzjährige Plattform

Hochfrequente Kommunikation

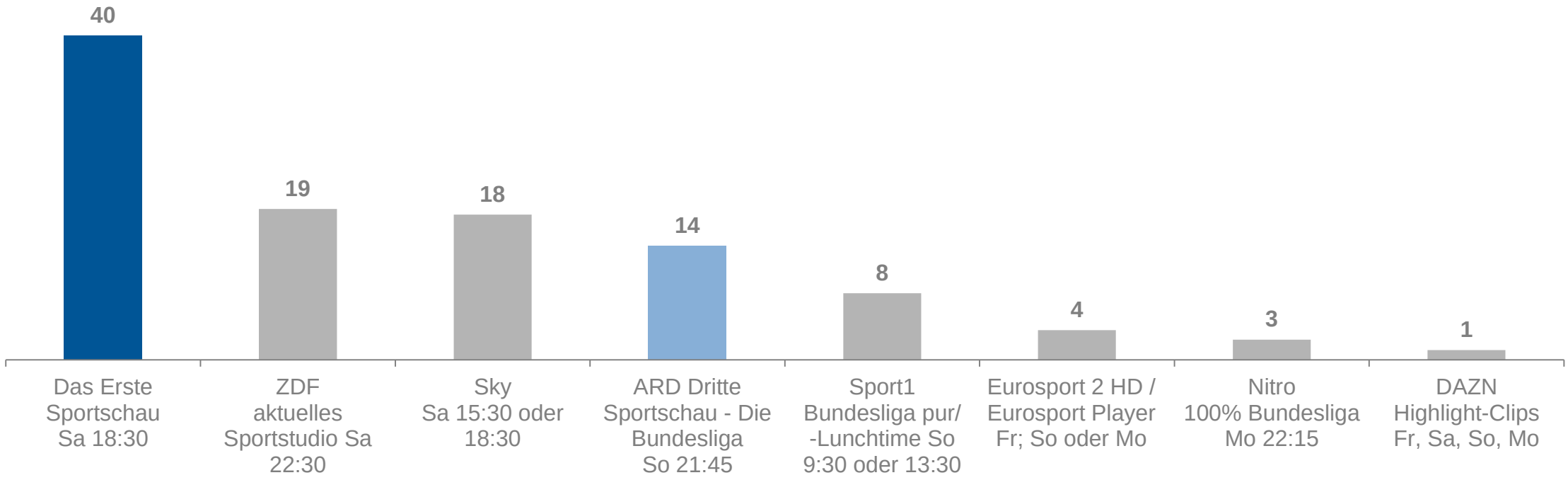
> **30** Sendungen pro Kalenderjahr

32 Samstage in der Saison 2018/19

Ø über **5** Mio. Reichweite über die gesamte Saison

Mit Abstand am häufigsten geschaut

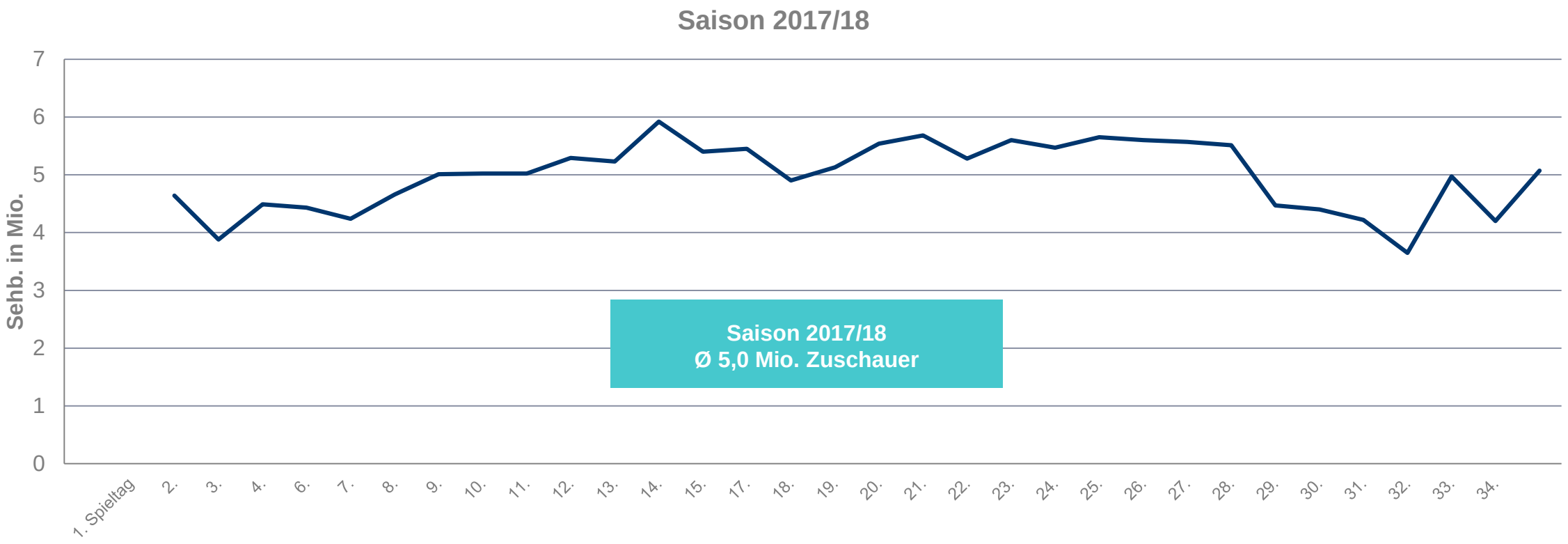
Regelmäßige Zuschauer von Sendungen zur Bundesliga



Quelle: ARD-Trend 2017, Basis: Personen ab 14, die an mindestens einem Tag in der Woche fernsehen und Fußball sehr gerne oder gerne sehen, Top-2-Werte, Angaben in %
Frage: “Sagen Sie mir bitte für jede Sendung wie häufig Sie diese in der aktuellen Saison sehen.“

Stabilität auf höchstem Niveau

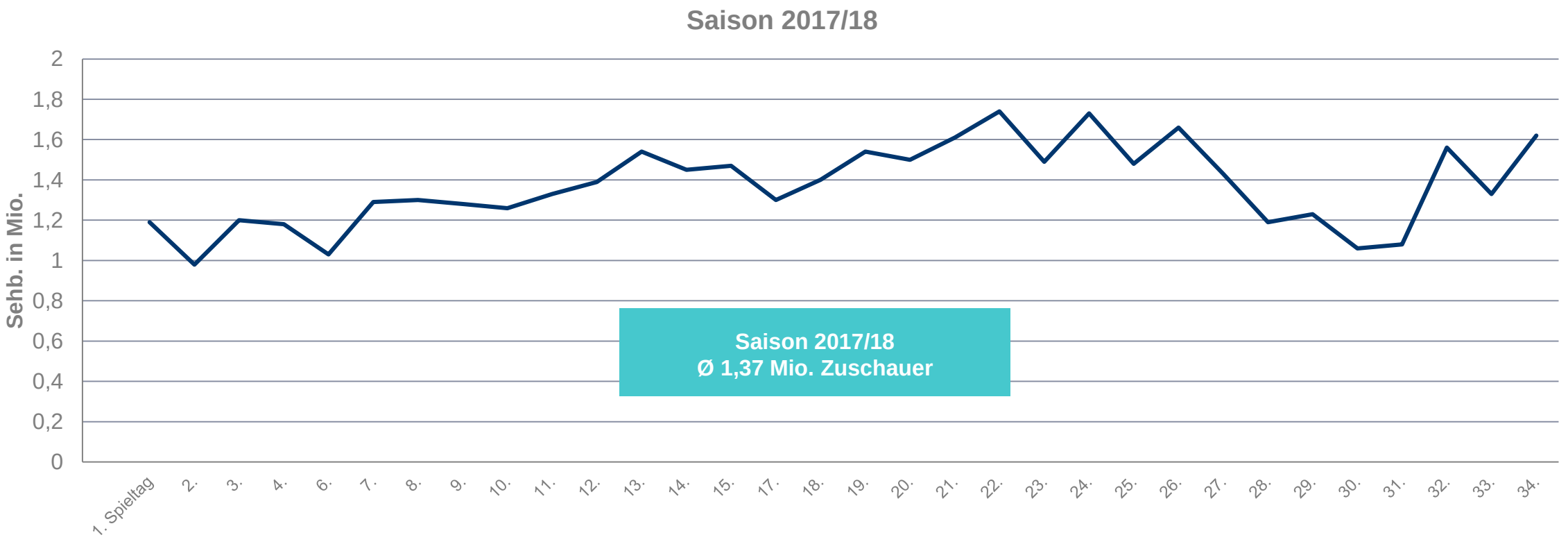
Saison 17/18, Zielgruppe Z 3+



Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK; TV Scope; vorl. endg. Gew. Daten: 27.08.2016 – 12.05.2018; nur Sa-Spieltage, 18:00 Uhr

Stabilität auf höchstem Niveau

Saison 17/18, Zielgruppe M 20-59



Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK; TV Scope; vorl./endg. Gew. Daten: 27.08.2016 – 12.05.2018; nur Sa-Spieltage, 18:00 Uhr

Attraktive Zielgruppen

… nicht nur bei Männern.

Zielgruppe	Sehbeteiligung in Mio.	MA in %
Z 3+	4,98	22,5
E 14+	4,85	23,0
E 20-59	1,92	18,8
E 14-49	1,02	16,6
M 14+	3,34	32,8
M 20-59	1,37	26,5
M 14-49	0,74	24,1
E 14+ Studium	0,73	29,1
Entscheider	0,24	29,6
E 14+ HHNE 3.000+	1,19	23,1

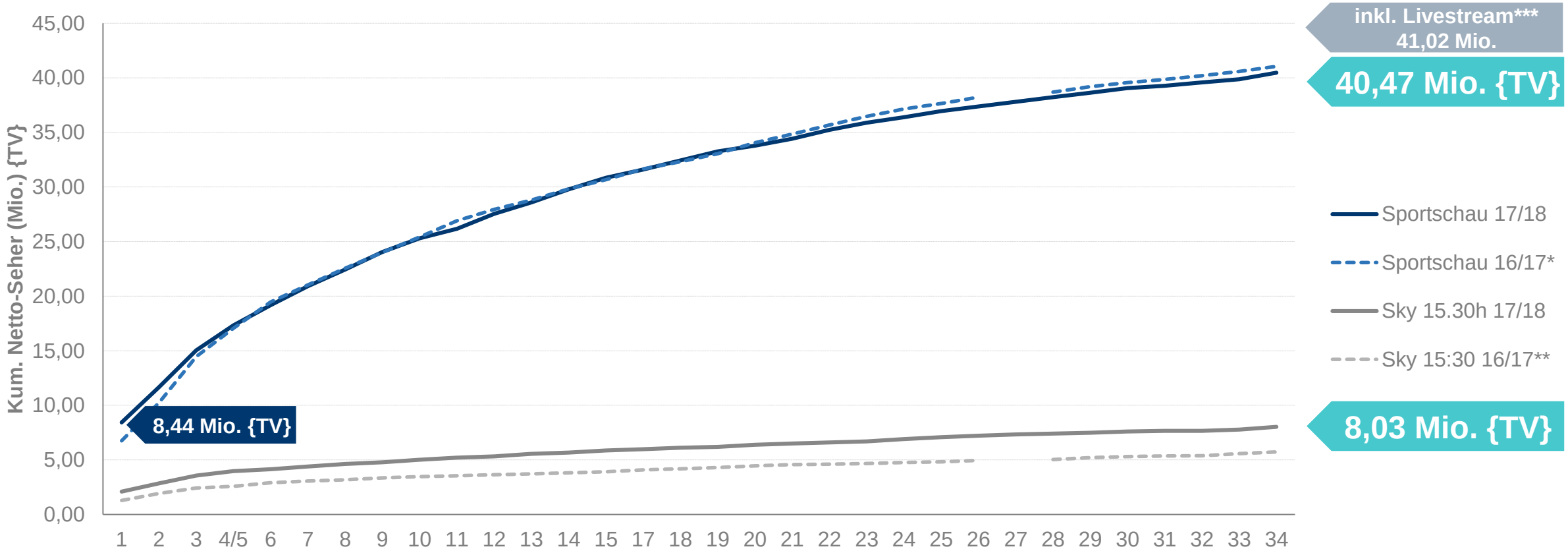
Überragende Marktanteile bei

- Entscheidern
- Besser Gebildeten
- ZG mit hohem HHNE

Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK; TV Scope; vorl./endg. Gew. Daten: 19.08.2017 - 12.05.2018 ; nur Sa-Spieltage, 18:30 - 19:55 Uhr

Konkurrenzlose Nettoreichweite

Z3+, Saison 2017/2018



Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK; videoSCOPE, Marktstandard: TV, KFA, 0/1-Verfahren 1 Minute konsekutiv, nur Sa, Sky: nur Live-Spiele und Konferenzschaltungen der 1. Fußball-Bundesliga; Sportschau Fußball-Bundesliga; * Sportschau 16/17: 41,05 Mio., ** Sky 16/17: 5,73 Mio. *** Marktstandard: Bewegtbild bis April 2018

Konkurrenzlose Nettoreichweite

Nettoreichweite Sportschau in Mio.

In der Saison 2017/2018 schalteten insgesamt 41,02 Mio. Zuschauer ab 3 Jahren die Sportschau Fußball-Bundesliga ein (inkl. Livestream).

Nettoreichweite Sportschau in %.

53,9 % aller Fernsehzuschauer konnten sich für die Fußball- Bundesliga im Ersten begeistern.

Sportschau 3. Liga

Die Berichterstattung zur 3. Liga (18:00 – 18:30 Uhr) erreichte eine kumulierte Nettoreichweite von 26,15 Mio. Zuschauern (34,9%).

Nettoreichweite Sky

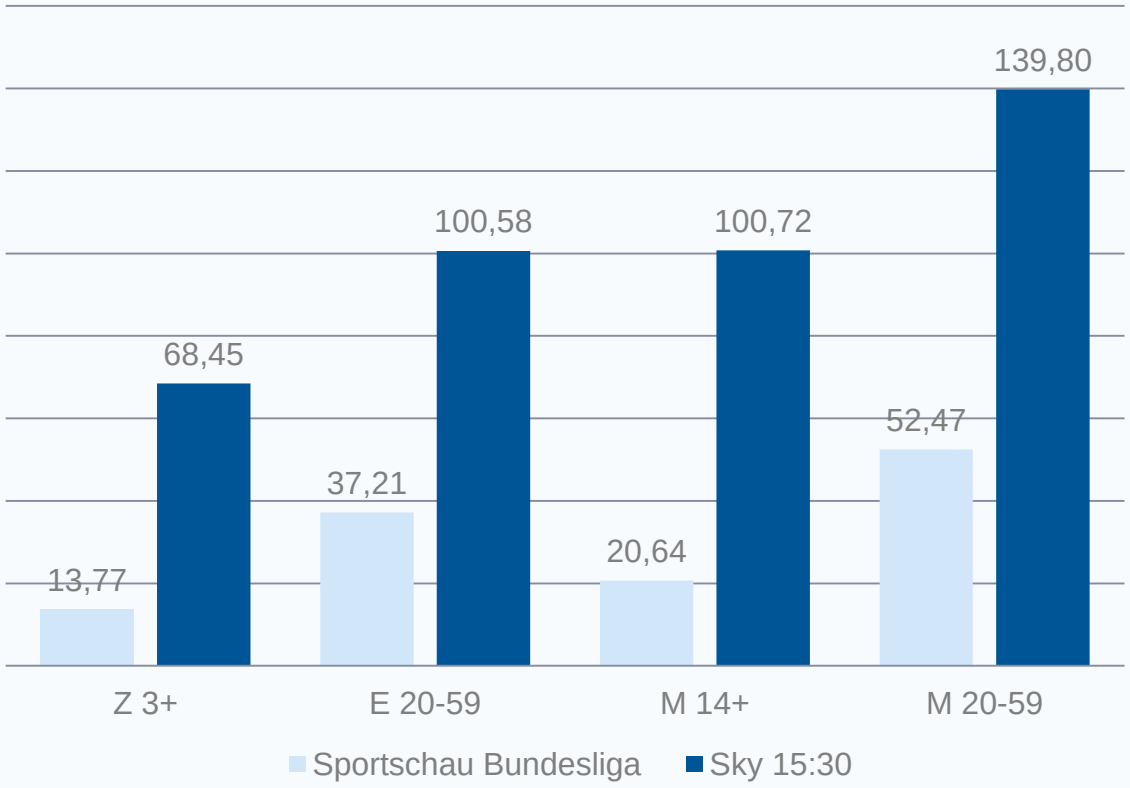
Dem gegenüber lag die kumulierte Nettoreichweite der Übertragungen um 15:30 Uhr von Sky bei 8,03 Mio.

Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK, TV Scope, KFA, 0/1-Verfahren 1 Minute konsekutiv 27.08.2016 – 12.05.2018, nur Sa, Sky: Kunstsender Sky Bundesliga Multifeed Group 1 und 2, nur Live-Spiele/Konferenzschaltungen der 1. Fußball-Bundesliga, ohne Vor-, Zwischen- u. Nachberichterstattung; Sportschau Fußball-Bundesliga inkl. Eröffnungsspiel, engl. Woche

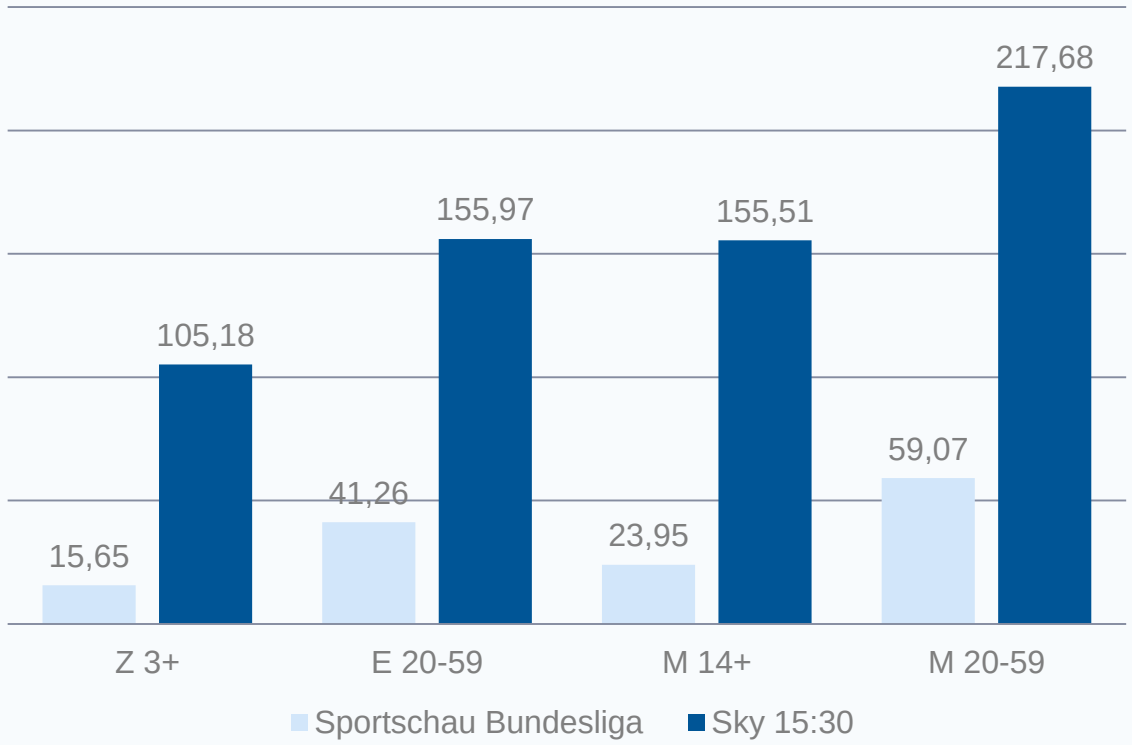
Wirtschaftlichkeit der Sportschau

TKP-Vergleich: Sportschau vs. Sky

Klassische Werbung (TA 21)



Splitscreens (TA 77) vs. Sky-Singlesplits (TA 60)



Alle Angaben TKP in €
Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK, TV ScopeSaison 2017/2018: 19.08.2017 - 12.05.2018, Sky-Werbeblöcke im Umfeld der Fußball-Bundesliga-Liveberichterstattung (Umfeldfilter); Sky Sport Bundesliga Multifeed Groups

Sportschau am Samstag

Werbemöglichkeiten

17:55		Klassischer WB 92	
18:00		**Sportschau | 3. Liga**	
18:24		Klassischer WB 90	
18:29		Countdown-Split WB 91	**Paket 1**
18:30		**Sportschau | Bundesliga**	
18:50		Klassischer WB 93	
18:55		Hinweis-Split WB 94	**Paket 2**
18:55		**Sportschau | Bundesliga**	

19:25		Klassischer WB 95	
19:30		Hinweis-Split WB 98	**Paket 3**
19:30		**Sportschau | Bundesliga**	
19:53		Ergebnis-Split WB 96	**Paket 4**
19:54		**Sportschau | Bundesliga**	
19:56		Solospot WB 97	**Paket 5**
19:57		Ziehung der Lottozahlen	
19:59		Best Minute (WB 70) Best Seconds (WB71) inkl. 3“ Uhr	
20:00		Tagesschau	

* 20-Sekunden-Preis, brutto in Euro. Änderungen und Irrtümer vorbehalten!

Paket 1 | Countdown-Split (WB 91)

- Splitscreen-Werbung um ca. 18:29 Uhr (Werbeblock 91)
- Im redaktionellen Rahmen werden die Begegnungen der folgenden Sendung aufgelistet
- Länge des Werbespots: min. 20 Sek. / max. 30 Sek.
- Voraussichtlich 32 Ausstrahlungen (15 Hinrunde, 17 Rückrunde)
- Es handelt sich um ein freibleibendes Angebot
- Kosten (auf Basis 20 Sek.):

1.044.140,-- € abzgl. 15% AE, zzgl. MwSt.

Hinrunde (Aug. – Dez. 2018) 487.300,- €

Angebot freibleibend

Hinrunde 2018/19 verkauft

Beispiel aus der Saison 2016/17: Goodyear

Paket 2 | Hinweis-Split (WB 94)

- Splitscreen-Werbung um ca. 18:55 Uhr (Werbeblock 94)
- Im Rahmen werden redaktionelle Informationen gegeben.
- Dauer des Werbespots: min. 20 Sek. / max. 30 Sek.
- Voraussichtlich 32 Ausstrahlungen (15 Hinrunde, 17 Rückrunde)
- Es handelt sich um ein freibleibendes Angebot
- Kosten (auf Basis 20 Sek.):

1.476.140,-- € abzgl. 15% AE, zzgl. MwSt.

Hinrunde (Aug. – Dez. 2018) 688.900,- €

Angebot freibleibend

Beispiel aus der Saison 2016/17: Axa

Paket 3 | Hinweis-Split (WB 98)

- Splitscreen-Werbung um ca. 19:30 Uhr (Werbeblock 98)
- Im Rahmen werden redaktionelle Informationen gegeben
- Dauer des Werbespots: min. 20 Sek. / max. 30 Sek.
- Voraussichtlich 32 Ausstrahlungen (15 Hinrunde, 17 Rückrunde)
- Es handelt sich um ein freibleibendes Angebot
- Kosten (auf Basis 20 Sek.):

1.692.140,-- € abzgl. 15% AE, zzgl. MwSt.

Hinrunde (Aug. – Dez. 2018) 789.700,- €

Angebot freibleibend

Hinrunde 2018/19 verkauft

Beispiel aus der Saison 2016/17: Targo Bank

Paket 4 | Ergebnis-Split (WB 96)

- Splitscreen-Werbung um ca. 19:53 Uhr (Werbeblock 96)
- Im redaktionellen Rahmen werden die Ergebnisse des Spieltages dargestellt
- Länge des Werbespots: min. 20 Sek. / max. 30 Sek.
- Voraussichtlich 32 Ausstrahlungen (15 Hinrunde, 17 Rückrunde)
- Es handelt sich um ein freibleibendes Angebot
- Kosten (auf Basis 20 Sek.):

2.016.000,-- € abzgl. 15% AE, zzgl. MwSt.

Hinrunde (Aug. – Dez. 2018) 940.800,- €

Angebot freibleibend

Saison 2018/19 verkauft

Beispiel aus der Saison 2016/17: Toyota

Paket 5 | Solospot (WB 97)

- Einzelplatzierung nach der Sportschau und vor der Bekanntgabe der Lottozahlen um ca. 19:56 Uhr (Werbeblock 97)
- Länge des Werbespots: min. 20 Sek. / max. 30 Sek.
- Voraussichtlich 32 Ausstrahlungen (15 Hinrunde, 17 Rückrunde)
- Es handelt sich um ein freibleibendes Angebot
- Kosten (auf Basis 20 Sek.):

1.404.140,-- € abzgl. 15% AE, zzgl. MwSt.

Hinrunde (Aug. – Dez. 2018) 655.300,- €

Angebot freibleibend

Hinrunde 2018/19 verkauft

Beispiel aus der Saison 2016/17: Sparkasse

Sportschau | Werbeblöcke

Basis: Euro/ Sekunden

Werbung				2018					2019				
WB	Uhr	Tarif	Werbecode	Aug	Sept	Okt	Nov	Dez	Jan	Feb	Mrz	Apr	Mai
92	17:55	ET	21 03 17 92	350	525	625	625	550	450	525	600	600	600
91	18:29	ET	77 16 18 91	1.015	1.523	1.813	1.813	1.595	1.305	1.523	1.740	1.740	1.740
90	18:24	ET	21 13 18 90	805	1.208	1.438	1.438	1.265	1.035	1.208	1.380	1.380	1.380
93	18:50	ET	21 19 18 93	1.225	1.838	2.188	2.188	1.925	1.575	1.838	2.100	2.100	2.100
94	18:55	ET	77 22 18 94	1.435	2.153	2.563	2.563	2.255	1.845	2.153	2.460	2.460	2.460
95	19:25	ET	21 22 19 95	1.435	2.153	2.563	2.563	2.255	1.845	2.153	2.460	2.460	2.460
98	19:30	ET	77 25 19 98	1.645	2.468	2.938	2.938	2.585	2.115	2.468	2.820	2.820	2.820
96	19:53	ET	77 28 19 96	1.960	2.940	3.500	3.500	3.080	2.520	2.940	3.360	3.360	3.360
97	19:56	ET	76 21 19 97	1.365	2.048	2.438	2.438	2.145	1.755	2.048	2.340	2.340	2.340
Anzahl Samstage mit Sportschau				1	4	3	3	4	2	4	4	4	3

* 1-Sekunden-Preis, brutto in Euro. Änderungen und Irrtümer vorbehalten!

Sportschau | Sendungen Hinrunde

Saison 2018/19

Tag	Datum	Sendung	Bundesliga	2. Bundesliga
Sa	25. August 2018	1. Sendung	1. Spieltag	3. Spieltag
Sa	1. September 2018	2. Sendung	2. Spieltag	4. Spieltag
Sa	15. September 2018	3. Sendung	3. Spieltag	5. Spieltag
Sa	22. September 2018	4. Sendung	4. Spieltag	6. Spieltag
Di./Mi.	25./ 26. September 2018		5. Spieltag	7. Spieltag
Sa	29. September 2018	5. Sendung	6. Spieltag	8. Spieltag
Sa	06. Oktober 2018	6. Sendung	7. Spieltag	9. Spieltag
Sa	20. Oktober 2018	7. Sendung	8. Spieltag	10. Spieltag
Sa	27. Oktober 2018	8. Sendung	9. Spieltag	11. Spieltag
Sa	3. November 2018	9. Sendung	10. Spieltag	12. Spieltag
Sa	10. November 2018	10. Sendung	11. Spieltag	13. Spieltag
Sa	24. November 2018	11. Sendung	12. Spieltag	14. Spieltag
Sa	1. Dezember 2018	12. Sendung	13. Spieltag	15. Spieltag
Sa	8. Dezember 2018	13. Sendung	14. Spieltag	16. Spieltag
Sa	15. Dezember 2018	14. Sendung	15. Spieltag	17. Spieltag
Di/Mi	18./ 19. Dezember 2018		16. Spieltag	
Sa	22. Dezember 2018	15. Sendung	17. Spieltag	18. Spieltag

Sportschau | Sendungen Rückrunde

Saison 2018/19

Tag	Datum	Sendung	Bundesliga	2. Bundesliga
Sa	19. Januar 2019	16. Sendung	18. Spieltag	
Sa	26. Januar 2019	17. Sendung	19. Spieltag	
Di./Mi.	29./ 30. Januar 2019			19. Spieltag
Sa	2. Februar 2019	18. Sendung	20. Spieltag	20. Spieltag
Sa	9. Februar 2019	19. Sendung	21. Spieltag	21. Spieltag
Sa	16. Februar 2019	20. Sendung	22. Spieltag	22. Spieltag
Sa	23. Februar 2019	21. Sendung	23. Spieltag	23. Spieltag
Sa	2. März 2019	22. Sendung	24. Spieltag	24. Spieltag
Sa	9. März 2019	23. Sendung	25. Spieltag	25. Spieltag
Sa	16. März 2019	24. Sendung	26. Spieltag	26. Spieltag
Sa	30. März 2019	25. Sendung	27. Spieltag	27. Spieltag
Sa	6. April 2019	26. Sendung	28. Spieltag	28. Spieltag
Sa	13. April 2019	27. Sendung	29. Spieltag	29. Spieltag
Sa	21. April 2019	28. Sendung	30. Spieltag	30. Spieltag
Sa	27. April 2019	29. Sendung	31. Spieltag	31. Spieltag
Sa	4. Mai 2019	30. Sendung	32. Spieltag	32. Spieltag
Sa	11. Mai 2019	31. Sendung	33. Spieltag	
Sa	18. Mai 2019	32. Sendung	34. Spieltag	

Allgemeines

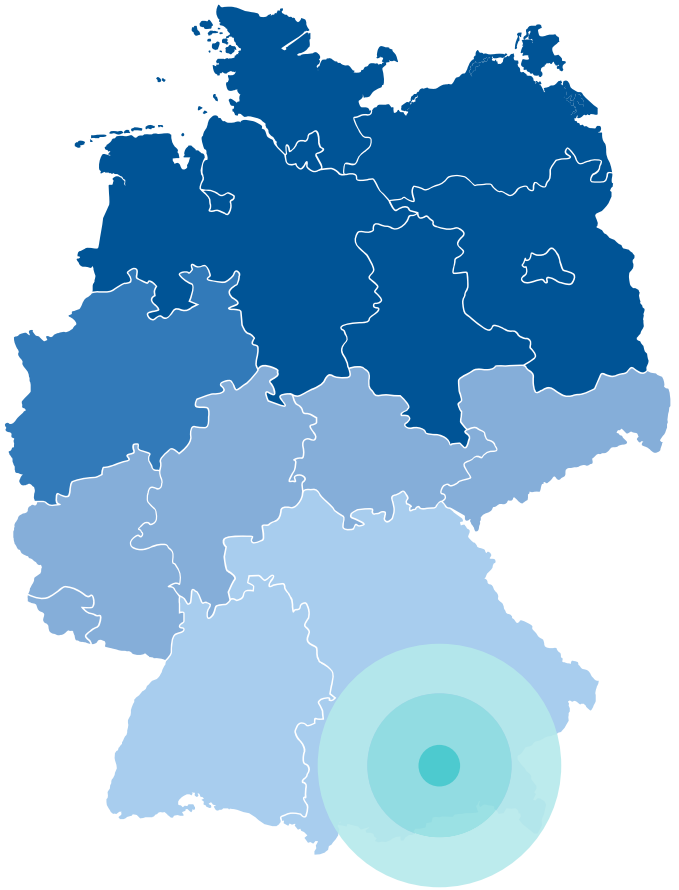
Ergänzung TV-Spots

- Alle Angebote sind bis zum **03.04.2018** den Bundesliga-Sponsoren der DFL vorbehalten.
- Alle Preise beinhalten 15% Agenturentgelt. Weitere Rabatte können nicht eingeräumt werden.
- Die Preise verstehen sich zzgl. gesetzlicher MwSt.
- Alle Angebote sind vorbehaltlich programmlicher Änderungen.
- Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen der ARD-Werbung SALES & SERVICES GmbH.
- Die Produktion der Programmsponsoring-Trailer liegt beim Kunden, die entsprechenden Produktionskosten sind im Angebot nicht enthalten.
- Die Programmsponsoring-Trailer müssen im anamorphen 16:9-Format in HD angeliefert werden. Der Ton sollte sechs Frames nach dem ersten Bild beginnen und am Ende des Trailers sollten ca. 3 Sekunden Bildüberhang oder Standbild angefügt werden.
- Darüber hinaus müssen die Programmsponsoring-Trailer den Bestimmungen des Rundfunkstaatsvertrages und den ARD-Werberichtlinien entsprechen. Aus diesem Grund ist eine juristische und redaktionelle Abnahme durch ARD/AS&S zwingend erforderlich.

Ihr Ansprechpartner

Michael Lina

Leitung Sportvermarktung

Tel: 089/205070 - 560

michael.lina@ard-werbung.de