

da durchaus als Partner auch der heimischen Bundesliga. So entschloss man sich etwa im Frühjahr, die TV-Rechte an den ORF zu verkaufen, um den Fans, die noch keine Sky-Kunden sind, auch mehr Live-Fußball zu bringen und den heimischen Klubs mehr Werbezeit im ORF. Im Gespräch mit medianet sagt König: „Damit in der herausfordernden Situation und der damit verbundenen Geisterspiele im Frühjahr möglichst viele Fans in den Genuss von Live-Fußball kommen konnten, kam es zur Sublizensierung. Außergewöhnliche Zeiten erfordern außergewöhnliche Maßnahmen. So agierten wir im Interesse der Liga, der Fans und unserer Kunden.“ Nun richtet sich der Fokus auf den heutigen Auftakt zur Bundesliga und noch viel mehr auf das kommende Jahr. Denn ab 2021 hat Sky Österreich erstmals unabhängig von Deutschland die Champions League-Rechte.

Verstärkung gesucht

Ab 2021 (bis 2024) überträgt Sky alle Spiele der Champions League (120 der 138 Spiele exklusiv), alle Spiele der Europa League und Europa Conference League (252 von 282 exklusiv). Erste Gerüchte dazu gab es bereits vor bald einem Jahr. König meint dazu: „So eine Rechtevergabe ist nie leicht, weil es natürlich mehrere Interessenten gibt. Die Gerüchte gab es schon im Dezember 2019 und es hat dann etwas länger gedauert. Jetzt sind wir sehr happy, dass wir diese Rechte haben, es ist mega.“ Insofern ist es wenig verwunderlich, dass sich das Unternehmen nicht nur freut, dass die Rechte gesichert werden konnten, sondern auch, dass man sich jetzt schon verstärken will: „Wir haben derzeit noch nicht genug Manpower, die Fans in Österreich von Montag bis Sonntag mit Fußball zu versorgen. Uns bleibt aber ja ein

Jahr lang Zeit, um uns auf dem ‚Transfermarkt‘ umzuschauen. Wir sind sehr eng im Austausch mit etwa Sky Deutschland, da kann ein Kommentator von dort auch einmal für uns ein Spiel kommentieren.“ Dass das Produkt ankommt, beweist auch die gesteigerte Reichweite, 15% lautet das Plus.

Das macht den Sender, der ausgewählte Programme auch „free-to-air“ ausstrahlt, auch für die Werbepartner interessant. Der Montagabend ist, das hat sich noch nicht überall hin durchgesprochen, frei empfangbar. Das Format „Dein Verein“, das auch in Deutschland übernommen wurde, informiert über die aktuellen Vorgänge bei den einzelnen Ligaklubs, danach folgen „Die Abstauber“, ein Format, in dem die anwesenden

Fans und Experten auch einmal ihre Meinung sagen und dabei auch noch lustig sind. Und auch das beliebte Talk-Format „Talk und Tore“ ist frei empfangbar.

Attraktive Rechte ziehen

„Je attraktiver das Recht ist, desto attraktiver ist man für die Werbeindustrie“, erklärt Uwe König zu dem Thema. Man hoffe auch, dass dies vermehrt auch von der werbungstreibenden Industrie angenommen werde, denn „gerade mit dem äußerst positiv besetzten Live-Sportumfeld haben wir bei Sky in Österreich ja richtig was zu bieten“. Auch Neuerungen will man immer wieder präsentieren. Der Erfolg des SK Rapid in der Champions League-Quali machte dem Sender einen verschmerzhaften Strich durch die Rechnung, da

The advertisement for Sky Sport's 'DER GANZE LIVE-SPORT' package features a collage of football players in action. The text highlights that Sky Sport offers the UEFA Champions League, the top European football league, and the Domestic Teams Vlog as the number one program. It also mentions that there is Sky Entertainment content with the best series. A large price tag of €25 mtl. is displayed, with a note that it includes 12 months of service. The ad also lists the channels available: sky.at/sport, 01 96 20 20, and Fachhandel. At the bottom, logos for various sports leagues are shown, including the UEFA Champions League, Bundesliga, Premier League, and others.

Neue 360 Grad-Kampagne

Überall zu sehen

Parallel zum Ligaauftritt launcht Sky Österreich auch eine Kampagne, die bis 25. Oktober laufen wird; Walter Fink, Director Marketing, erklärt dazu: „Es ist eine 360 Grad-Kampagne. Einmal mehr kommunizieren wir unseren Kampagnenclaim ‚Wo Sport zu Hause ist‘ mit der Beweisführung, dass all diese Sportligen bei Sky zu sehen sind.“ Man will schließlich Neukunden gewinnen.

Attraktiver Preis

„Um 25 Euro sehen Fußball-Fans in der kommenden Saison 1.096-Live-Spiele aus der Tipico Bundesliga, Premier League, UEFA Champions League und der Deutschen Bundesliga, und das gesamte Serienpaket von Sky Entertainment ist bei diesem Preis inkludiert“, führt Fink aus. Und ab dem Sommer 2021 gibt es dann noch mehr bei dem TV-Sender, der dann die ganze Woche Fußball zeigt.

”

Je attraktiver das Recht ist, desto attraktiver ist man für die Werbeindustrie. Jetzt sind wir sehr happy, dass wir diese Rechte haben, es ist mega.

Uwe König

Vice President
Editorial Sports, Sky

“

nun dem Rekordmeister der Ligaauftritt am Freitag gehört. Zur Primetime kommt es dann zum Duell zwischen dem LASK und Austria Wien, dem eigentlichen Auftaktmatch. Wie bei den Formaten à la „Dein Verein“ hat sich Sky auch hier Neues ausgedacht: Rund um das Top-Spiel der Woche wird sich Sky in der Saison 2020/21 immer wieder neue, spannende Features einfallen lassen, um den Fans ungewohnte Perspektiven und einzigartige Einblicke zu gewähren. So dürfen sich die Seher bei diesem Duell auf spektakuläre Drohnen-Aufnahmen freuen. Zwei zusätzliche Super-Slowmotion-Kameras lassen den Fan hautnah am Spiel teilhaben und transportieren die Emotionen der Spieler und Trainer: Freude, Verzweiflung, Schweiß – nichts bleibt verborgen.

Der Pay-TV-Sender hat also für eigentlich alle, die sich mit Fußball beschäftigen, ein Angebot: Für die Teams, weil sie super Aufnahmen bekommen für die Analyse, die Vereine, weil sie eine breite Öffentlichkeit bekommen, die Werbepartner, weil sie diese nutzen können und für die Fans, die viel Fußball sehen. (gs)