

Sky Deutschland Ergebnisse Q3 2015/16

Wien/Unterföhring (OTS) - 4,57 Millionen Kunden, zweistelliges Umsatzwachstum, operativer Gewinn von 3 Millionen €

Zwtl.: Kennzahlen:

~

- Umsatz 9M 2015/16: 1,47 Milliarden €, Steigerung um 10%
- EBIT Q3 2015/16: 3 Millionen €
- ARPU: stabil bei 35 €
- Direkte Abonnenten: 4.567.000, Nettozuwachs von 73.000
- Kündigungsquote: 9,8%

~

Zwtl.: Highlights:

~

- Produkt: Sky Entertainment Paket erfreut sich wachsender Beliebtheit
- Programm: Sky Disney Prinzessinnen HD erfolgreichste Sonderprogrammierung in der Unternehmensgeschichte;
- Staffel 6 von „The Walking Dead“ mit 10,5 Millionen Kontakten meistgesehene Serie; zunehmende non-lineare Nutzung

~

Carsten Schmidt, Vorsitzender der Geschäftsführung von Sky Deutschland: „Unseren eingeschlagenen Wachstumskurs haben wir auch im 3. Quartal erfolgreich fortgesetzt. Ein zweistelliges Umsatzplus, 73.000 neue Kunden in Deutschland und Österreich, ein operativer Gewinn von 3 Millionen Euro sowie Zuschauerzahlen auf Rekordniveau untermauern die Attraktivität unseres Angebots. Die steigenden Nutzungszahlen der Sky Programme - linear und insbesondere on demand - sowie der sehr erfolgreiche Produktlaunch von Sky Box Sets bestätigen uns auf dem Weg, ein noch besseres Entertainmentenerlebnis für die ganze Familie zu bieten. Wir werden daher auch künftig konsequent in hochattraktive, relevante Inhalte und Services investieren und unser Engagement bei eigenproduzierten Inhalten spürbar ausbauen. Der baldige Drehstart des ambitionierten Serienprojekts ‚Babylon Berlin‘ markiert erst den Startpunkt dieser Entwicklung.“

Sky Deutschland konnte im 3. Quartal des Geschäftsjahres 2015/16 Kundenzahl und Umsatz erneut deutlich steigern: Mit einem Zuwachs von 73.000 Abonnenten zählt das Unternehmen nun 4,57 Millionen Kunden. Die Erlöse kletterten in den ersten neun Monaten des laufenden Geschäftsjahres auf 1,47 Milliarden Euro - ein Plus von 10 Prozent. Sky Deutschland trägt damit erneut zum Wachstum des Mutterkonzerns Sky plc mit nun 21,7 Millionen Abonnenten und einem Gesamtumsatz von 11,85 Milliarden Euro (+ 5 Prozent) in allen fünf Märkten bei. Im 3. Quartal erzielte Sky Deutschland darüber hinaus erstmals seit dem Launch der Marke Sky auf Quartalsbasis für den Zeitraum Januar bis März einen operativen Gewinn in Höhe von 3 Millionen Euro, während das 9-Monats-EBIT bei -45 Millionen Euro lag.

In puncto Integration und Synergieeffizienzen konnte die Sky Gruppe weitere Fortschritte erzielen: So werden die Sky Kunden nach den Vereinbarungen mit HBO und Showtime über alle Märkte hinweg auch von dem neuen pan-europäischen Vertragsabschluss mit Sony profitieren. Im 3. Quartal wurde außerdem die technische Abwicklung des Senders Sky Cinema in die gemeinsame Broadcast-Zentrale nach Mailand verlegt. Es ist geplant, bis Ende 2016 knapp 100 deutsche Sender von dort aus zu übertragen.

Zwtl.: Starke Produktnachfrage

Eine wachsende Nachfrage ist einmal mehr bei den Produkten von Sky zu verzeichnen: Die Anzahl aller bezahlten Abonnementprodukte stieg im 3. Quartal um 199.000 auf nun 7,9 Millionen. Das im 2. Quartal neu eingeführte Basispaket Sky Entertainment - es bietet Kunden im Vergleich zum günstigeren Sky Starter Paket bis zu 49 Sender und damit zusätzlich 20 HD-Sender, das komplette Sky On Demand Erlebnis sowie Sky Box Sets - wird bereits von über 40 Prozent aller Neukunden gebucht. Der durchschnittliche Umsatz pro Neukunde erhöhte sich so im 3. Quartal um fast 2 Euro pro Monat.

Zwtl.: Sky mit neuen Rekordeinschaltquoten; steigende non-lineare Nutzung

Die positive Entwicklung im Produktbereich geht einher mit Rekordeinschaltquoten für die Programme von Sky. Der Pop-up-Channel Sky Disney Prinzessinnen HD, der vom 18. März bis zum 3. April Sky Hits ersetzte und in Kooperation mit Disney Cinemagic rund um die Uhr insgesamt 26 Disney Filme zeigte, war die erfolgreichste Sonderprogrammierung der Sendergeschichte: In nur zweieinhalb Wochen

erreichte der Sender 5,67 Millionen Kontakte und damit einen doppelt so hohen Marktanteil wie Sky Hits im Vorjahreszeitraum.

Die sechste Staffel von „The Walking Dead“, die vom 12. Oktober 2015 bis zum 4. April 2016 auf Fox ausgestrahlt wurde, verzeichnete mit 10,5 Millionen Kontakten ein Reichweitenplus von über 20 Prozent gegenüber Staffel 5 und war damit die erfolgreichste in der Serienhistorie von Sky. Während die lineare Nutzung auf Fox 71 Prozent ausmachte, sah ein erheblicher Teil der Fans „The Walking Dead“ non-linear: 18 Prozent via Sky Go und 11 Prozent via Sky On Demand – eine Steigerung gegenüber der Vorgängerstaffel um 16 Prozent. Der klare Trend hin zur non-linearen Nutzung zeigte sich besonders deutlich bei der 4. Staffel von „House of Cards“. Im Zeitraum vom 4. bis zum 29. März wurde die Politserie sogar zu 90 Prozent non-linear gesehen: 50 Prozent der Zuschauer verfolgten die Machenschaften der Underwoods über Sky Go, 40 Prozent über Sky On Demand. Auch die Download-Funktion mit dem Angebot Sky Go Extra wurde stark nachgefragt: Im 3. Quartal entschieden sich 228.000 Kunden dafür, ihr Lieblingsprogramm herunterzuladen und so auch ohne Internetzugang zu nutzen – eine fast 30-prozentige Steigerung gegenüber dem Vorquartal.

Insgesamt verzeichnete Sky bei der non-linearen Programmnutzung im 3. Quartal 86,4 Millionen Einzelabrufe. Jeden Monat konnten die Zahlen dabei gesteigert werden: von 24,9 Millionen Unique Views (Januar) auf 29,0 Millionen (Februar) bis zu 32,6 Millionen (März). Das entspricht einem Plus von 31 Prozent im Lauf des 3. Quartals. Im Vergleich zum Vorquartal wuchs die non-lineare Nutzung um über 10 Prozent. Diese Ergebnisse zeigen, dass der Mehrwert, den Sky mit seinem non-linearen Programm bietet, von den Kunden immer mehr geschätzt wird. Gleichzeitig wird die Bedeutung des linearen Programms durch die zusätzliche Nutzung nicht geschmälert.

Im Sportbereich stellte Sky ebenfalls eine neue Bestmarke auf: Im Durchschnitt verfolgten im 3. Quartal 630.000 Zuschauer pro Tag die Berichterstattung von Sky Sport News HD – ein Plus von 38 Prozent zum Vorjahr und damit das bisher beste Quartal seit Senderlaunch. Dabei erreichte der Sportnachrichtensender am 1. Februar mit 870.000 Zuschauern das zweitbeste Tagesergebnis seit Bestehen.

Zwtl.: Über Sky Deutschland:

Mit über 4,5 Millionen Kunden und einem Jahresumsatz von rund 1,8

Milliarden Euro ist Sky in Deutschland und Österreich Pay-TV-Marktführer. Das Programmangebot besteht aus Live-Sport, Spielfilmen, Serien, Kinderprogrammen und Dokumentationen. Sky Deutschland mit Hauptsitz in Unterföhring bei München ist Teil von Europas führender Unterhaltungsgruppe Sky plc. 21,7 Millionen Kunden in fünf Ländern sehen die exklusiven Programme von Sky, wann immer und wo immer sie wollen (Stand: 31.3.2016).

~

Rückfragehinweis:

Sky Österreich GmbH
Judith Mayr
Head of Communications
+43 1/88021-2105
judith.mayr@sky.at
www.sky.at

~

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/365/aom>

*** OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLISSLICHER
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSSENDERS - WWW.OTS.AT ***

OTS0006 2016-04-21/08:14

210814 Apr 16

Link zur Aussendung:

http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20160421_OTS0006