

Sky

Daten und Fakten

Veranstalterin:
Sky Deutschland Fernsehen GmbH & Co. KG
Medienallee 4
85774 Unterföhring
Internet: <http://www.sky.de/web/cms/de/index.jsp>

Textauszug aus Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK)
2009: Programmliste 2009.

Die Sky Deutschland Fernsehen GmbH & Co. KG (ehemals Premiere Fernsehen GmbH & Co. KG) veranstaltet aufgrund von Zulassungen der Medienanstalt Hamburg / Schleswig-Holstein (MA HSH) und der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) derzeit 16 digitale Pay-TV-Programme, einen frei empfangbaren „Promotion“-Kanal für die Sky-Programme (HD Vitrine) sowie Pay-per-View-Dienste.

Zudem werden auf der Sky-Plattform Fernsehprogramme von Drittveranstaltern verbreitet. Abonnenten können zwischen verschiedenen themenspezifischen Programmpaketen und Einzelkanälen wählen sowie im Near-Video-on-Demand-Verfahren Spielfilme, Erotikfilme oder ausgewählte Sportereignisse als Pay-per-View (Einzelabruf) beziehen.

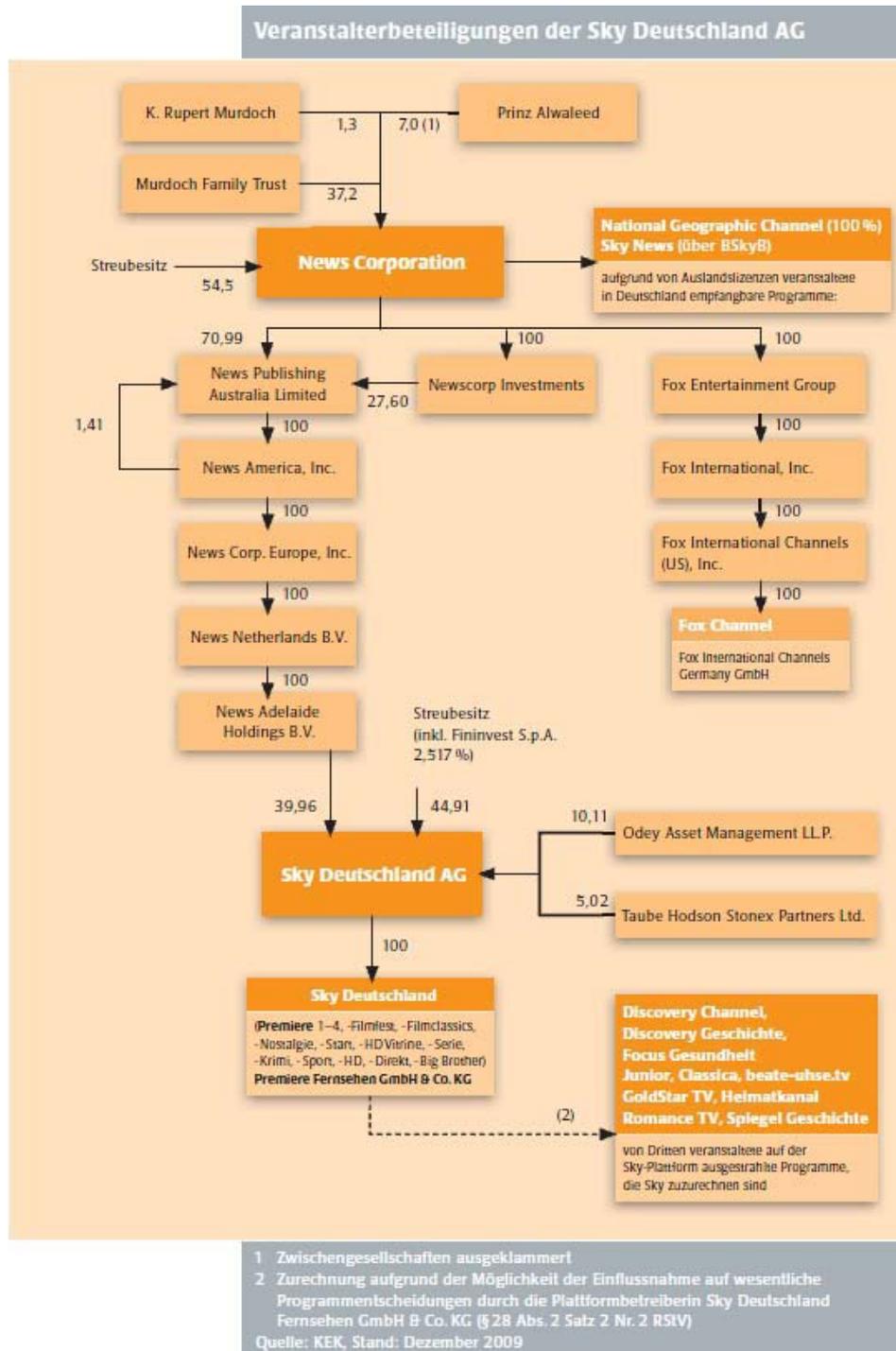
Am 28.02.1991 ist das Pay-TV-Programm unter dem Namen Premiere auf Sendung gegangen (zunächst analog, seit März 2003 ausschließlich digital).

Mit dem Launch von Sky am 4. Juli 2009 werden auf der Basis eigener Sendelizenzen die folgenden Programme veranstaltet: Sky Cinema 1 / Sky Cinema HD, Sky Cinema +1, Sky Cinema +24, Sky Action, Sky Comedy, Sky Emotion, Sky Nostalgie und HD Vitrine (lizenziert durch die MA HSH bis 31.07.2019); Sky Krimi, Sky Sport HD, Sky Sport Info, Sky Info (lizenziert durch die BLM bis 18.03.2015); Sky Fußball Bundesliga, Sky Sport 1, Sky Sport 2, Sky Cinema Hits (lizenziert durch die BLM bis Mai 2017) sowie Big Brother („Der Container exklusiv“, BLM-Lizenz bis Februar 2014). Hinzu kommen die Pay-per-View-Angebote Sky Select und Sky Select +.

Die Programmangebote sind digital über Kabel (Kabel Deutschland, Unitymedia, Kabel Baden-Württemberg, TeleColumbus, div. private Kabelnetzbetreiber), Satellit (Astra) und IPTV (Deutsche Telekom) empfangbar. 100%ige Töchter der Sky Deutschland GmbH & Co. KG sind die Premiere Star GmbH, die von September 2007 bis Juni 2009 ein Programmangebot auf der Satellitenplattform entavio unter dem Namen Premiere Star veranstaltet hat, sowie die GIGA Digital Televisions GmbH, der Lizenzinhaberin des Programms GIGA Digital (Sendebetrieb zum 31.03.2009 eingestellt).

Seit Anfang 2008 ist der von K. Rupert Murdoch geführte Medienkonzern News Corp. über eine Reihe von Tochtergesellschaften der größte Gesellschafter der Sky Deutschland AG (ehemals Premiere AG). News Corp. gehört zu den weltweit größten Medienkonzernen. Die wichtigsten Geschäftsfelder des Konzerns sind Film- und Fernsehproduktionen, Veranstaltung von werbefinanzierten Fernsehprogrammen, Pay-TV sowie der Betrieb von Pay-TV-Plattformen, Buchverlage, Magazine und Zeitungen.

Beteiligungen:



Quelle: ALM Jahrbuch 2009/2010

Bilanz 2009

Textauszug aus Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten in der Bundesrepublik Deutschland (ALM) (Hg.) 2010: ALM Jahrbuch 2009/2010.

Der Pay-TV-Kanal Premiere wurde Anfang Juli 2009 – 18 Jahre nach der Gründung des Unternehmens – in Sky umbenannt. Mit einer etwa 100 Mio. Euro teuren Werbekampagne versuchte der Mehrheitsgesellschafter News Corporation (News Corp.), dem ältesten deutschen Pay-TV-Angebot ein neues Image zu geben und wählte dafür den Namen, unter dem auch in Großbritannien und Italien Programme gegen Entgelt vermarktet werden. Die News Corporation baute ihr im Januar 2008 mit dem Premiere-Einstieg gestartetes Engagement im deutschen Pay-TV-Markt auch 2009 kontinuierlich aus. Gewinne sind für das erste Quartal 2011 geplant. Sollte dies gelingen, würde das Programm ein Quartal später schwarze Zahlen schreiben als von News-Corp.-Hauptaktionär Rupert Murdoch 2008 bei seinem Einstieg angekündigt.

Am 14. Januar 2009 erhöhte die Sky Deutschland AG ihr Grundkapital um 10,2 Mio. Euro und am 22. April 2009 um weitere 367,5 Mio. Euro auf schließlich etwa 490 Mio. Euro. Durch diese Kapitalerhöhungen konnte die News Corporation ihre Beteiligung an Sky Deutschland im Laufe des Jahres 2009 auf insgesamt 39,96 Prozent der Gesellschafteranteile ausbauen. Die übrigen 60,04 Prozent befanden sich zum Jahresende in Streubesitz, dessen größte Gesellschafter der britische Hedge-Fonds Odey Asset Management LL.P. (10,11 Prozent), der britische Finanzinvestor Taube Hodson Stonex Partners Ltd. (5,02 Prozent) und Silvio Berlusconi italienische Finanzholding Fininvest S.p.A. (2,52 Prozent) waren.

Ende 2009 veranstaltete Sky 14 eigene Kanäle und strahlte zusätzlich zehn fremde Angebote aus, die der Pay-TV-Plattform ebenfalls zugerechnet werden müssen, weil in diesen Fällen jeweils die Möglichkeit bestand, wesentliche Programmentscheidungen zu beeinflussen. Insgesamt bot Sky 2009 sechzig unterschiedliche Kanäle an. Ende Dezember kündigte News Corp. für Januar 2010 eine weitere Kapitalerhöhung um bis zu 120 Mio. Euro an, um weitere Investitionen in Programm und Marketing realisieren zu können. Voraussetzung dafür aber sei, dass die zusätzlichen Mittel – anders als in den Kreditvereinbarungen mit den Gläubigerbanken vereinbart – nicht zur Hälfte zur Tilgung von Schulden eingesetzt werden müssten. Im Zuge dieser Kapitalerhöhung stockte News Corp. den Anteil an Sky Deutschland schließlich auf 45,4 Prozent auf.

Die von Rupert Murdoch geführte News Corporation gehört zu den weltweit größten Medienkonzernen. Die wichtigsten Geschäftsfelder des Konzerns sind Zeitungen, Zeitschriften und Buchverlage, Film- und Fernsehproduktionen, die Veranstaltung von werbefinanzierten Fernsehprogrammen sowie Pay-TV und der Betrieb von Pay-TV-Plattformen. Murdoch hatte sich bereits 1999 mit 22 Prozent der Gesellschafteranteile an Premiere beteiligt, verlor aber 2002 im Zuge der Insolvenz des Pay-TV-Kanals einen Milliardenbetrag. Auch die Beteiligungen an den deutschen Programmen VOX (1994–1998) und tm3 (1998–2001) brachten der News Corporation keine Gewinne. (...)

Die ambitionierten Pläne mit einer Steigerung auf 2,8–3 Mio. Abonnenten bis Ende 2009 wurden (...) trotz erheblicher Werbeinvestitionen verfehlt. Diese Kundenzahlen benötigt Sky nach eigenen Angaben, um profitabel zu wirtschaften. Bis Jahresende 2009 konnten aber lediglich 2,47 Mio. Kunden gewonnen werden – eine Steigerung um 2,4 Prozent. Grund hierfür war u. a. die deutliche Umgestaltung der Sky-Pakete. Die aus Kundensicht attraktiven Film-, Sport- und Bundesligapakete sind nun nicht mehr separat, sondern stets in Verbindung mit einem Basispaket buchbar, das allein mit 16,90 Euro zu Buche schlägt. Die Folge war eine erhöhte Kündigungsquote. Zudem macht der neue Wettbewerb durch das IPTV-Bundesligapaket LIGAtotal! die einstige Exklusivposition von Sky im Bereich Fußball zunichte. Darüber hinaus waren zu Premierezeiten viele Kunden mit preisgünstigen

Lockangeboten gewonnen worden, die nicht als dauerhafte Abonnenten gehalten werden konnten. Das Unternehmen arbeitete demnach im Jahr 2009 stark defizitär. Im Geschäftsjahr musste Sky ein Minus von rund 677 Mio. Euro verzeichnen – allein rund 100 Mio. Euro wurden in eine Kampagne im Zuge des Markenwechsels investiert, die Programmkosten beliefen sich auf 717 Mio. Euro. Immerhin konnten die durchschnittlichen Umsätze pro Nutzer im zweiten Halbjahr 2009 um rund 15 Prozent von 23,86 auf 27,45 Euro gesteigert werden.

Williams wurde im April 2010 von Brian Sullivan abgelöst, der zuvor in Großbritannien beim Schwestersender BSkyB für das Kundenmanagement und die Produktentwicklung zuständig war. Sullivan kündigte für Sky Deutschland an, zukünftig verstärkt auf Video-on-Demand setzen zu wollen. Dazu soll Abokunden mit einem neuen digitalen Festplattenreceiver verstärkt die Möglichkeit gegeben werden, Filme und Serien unabhängig von ihrer Ausstrahlung anschauen zu können. Zudem soll der Anteil der Werbeumsätze mittelfristig von derzeit fünf auf zehn Prozent steigen. Unterbrecherwerbung soll es jedoch auch in Zukunft bei Sky nicht geben.

Nachdem Ende 2008 die Bundesligarechte zurückerobert werden konnten, stand mit Start der Saison 2009/10 Fußball im Zentrum der Sky-Kampagnen. Neu ist eine stärkere Verteilung der Bundesligapartien. Statt drei gibt es nun insgesamt fünf verschiedene Anstoßzeiten, was eine bessere TV-Berichterstattung ermöglicht. Neben dem Topspiel der Woche am Samstagabend werden auch die beiden Sonntagsspiele nacheinander um 15:30 und 17:30 Uhr ausgestrahlt. Durch die breitere Fächerung will Sky – u. a. gegenüber der ARD-Sportschau – mehr Exklusivität vermitteln und damit stärkere Kaufanreize bei den Fans erzeugen.

Darüber hinaus wurde insbesondere seit Ende 2009 das Thema HDTV in den Vordergrund gerückt. Bis Jahresende 2009 waren sieben HD-Kanäle auf Sky verfügbar, bis Jahresmitte 2010 sollen vier weitere HD-Programme folgen. Sky Deutschland übertrug im März 2010 erstmals testweise ein Bundesligaspiel in 3D.

Quellen

Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten in der Bundesrepublik Deutschland (ALM) (Hrsg.) 2010: ALM Jahrbuch 2009/2010 – Landesmedienanstalten und privater Rundfunk in Deutschland. Berlin. Download unter:

http://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/Download/Publikationen/ALM-Jahrbuch/Jahrbuch_2010/ALM_Jahrbuch_2010_Druckversion.pdf

Die Veröffentlichung erfolgt mit freundlicher Genehmigung der Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten in der Bundesrepublik Deutschland (ALM).

Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK) 2009: Programmliste 2009. Download unter: <http://www.kek-online.de/Inhalte/Programmliste%202009.pdf>

Die Veröffentlichung erfolgt mit freundlicher Genehmigung der KEK.

weitere Informationen

Sky Deutschland AG: Geschäftsbericht 2011. Download unter:

http://ir.sky.de/sky/pdf/2011/Geschaeftsbericht_2011.pdf