

# Sponsoring Einblick 01/2024

## Deep Dive: Super Bowl 2024

- › 2024 war für den Super Bowl ein Jahr der Rekorde – wohl auch dank Taylor Swift. Mit 123,4 Millionen Live Zuschauern über alle Plattformen hinweg war es das meistgeschautete TV-Ereignis jemals in den USA.
- › Der New York Post zufolge sahen 58,8 Millionen Frauen beim Super Bowl zu.
- › Auch im Vereinigten Königreich, einem NFL-Wachstumsmarkt, konnten neue Rekorde bei den Zuschauerzahlen verzeichnet werden. Im Vergleich zu 2023 sahen 3,4 Millionen mehr Zuschauer die Übertragungen von ITV & Sky Sport - ein Anstieg von 48%.
- › In der Schweiz konnte man das Spiel bei RTL verfolgen. In seiner ersten Saison als Rechtepartner im DACH-Raum kam der Sender auf 2,12 Millionen Zuschauer. Das erfolgreichste Jahr für den Super Bowl im deutschsprachigen Raum war jedoch 2021 mit 2,29 Millionen Zuschauern bei ProSieben.

## Taylor Swifts Impact auf die NFL in den USA

[\(mehr dazu\)](#)

- 53%** › Anstieg von Zuschauerinnen im Teenage Alter
- 24%** › Anstieg von Zuschauerinnen zwischen 18-24 Jahren

- › Seit ihrem ersten Besuch verzeichnet die NFL einen unerwarteten Hype in der Fanbase von Taylor Swift.

## 331,5 Millionen \$

zusätzlicher Markenwert für die Kansas City Chiefs und die NFL

Anstieg der Sponsorships um **20%**

## Aktuelle Sponsoring News

### DACH

- › FC Bayern München schliesst Partnerschaft mit Bitpanda ab
- › Mindspring erster Padel-Partner von Swiss Tennis
- › Julius Bär: Neuer Co-Sponsor von Swiss University Sports
- › Ford Swiss verlängert SIHF-Partnerschaft

### Europa

- › Swissquote verlängert Partnerschaft mit UEFA
- › Eurostar ist Mobilitätspartner von 4 nationalen Verbänden für die Olympischen und Paralympischen Spiele 2024
- › HP ist neuer Ärmelsponsor von Real Madrid

### Global

- › Red Bull steigt als Partner der Premier Padel Tour ein
- › Castore wird bis 2029 Partner der World Snooker Tour
- › Strauss wird Partner der UEFA Champions League in den USA
- › Die ATP und der saudische Staatsfond schliessen strategische Partnerschaft ab

## Key Trends & Insights

### Mit dem Zug aus der Schweiz zur Fussball-EM in Deutschland

Zu den EM-Gruppenspielen der Schweizer Fussball-Nationalmannschaft in Köln und Frankfurt stellen der Blick und die SBB Sonderzüge aufs Gleis. Die Züge sollen nicht nur den Anhängern der Nati eine stressfreie An- und Abreise zu den Spielen ermöglichen, vielmehr geht es darum, sich von der Abfahrt bis zur Ankunft für das Fussballfest warmzulaufen.

- › [Mehr dazu](#)

### Wie Coca-Cola die UEFA EURO 2024 nutzen will

Coca-Cola ist einer von aktuell neun weltweiten Partnern der UEFA EURO 2024. Der US-Getränkehersteller setzt für die Heim-EM im kommenden Jahr auf Mitarbeiter-Incentivierung als wichtigen Baustein der Aktivierungsstrategie und plant diese in drei Etappen.

- › [Mehr dazu](#)

### Deutsche Influencer sollen dänischen Fussballclub Aalborg BK pushen

Vor einem Jahr stieg Ex-Nationalspieler Thomas Hitzlsperger mit seiner Firma Sports Strategy Excellence 22 (SSE22) als Investor beim dänischen Fussballverein Aalborg BK ein. Das Ziel: den kriselnden Traditionsclub wieder erfolgreich und international bekannter machen. Dabei helfen, sollen jetzt drei deutsche Top-Influencer.

- › [Mehr dazu](#)