

## Anlage 2: Medienanalyse

# Das INDOOR MEETING bringt Karlsruhe in die Welt!

Internationales Standortmarketing in seiner besten Form. Über 150 Millionen nationale und internationale Kontakte generierte das INDOOR MEETING 2016 für den Standort Karlsruhe.

## TV - LIVE BEI EUROSPOORT

### INDOOR MEETING KARLSRUHE LIVE BEI EUROSPOORT

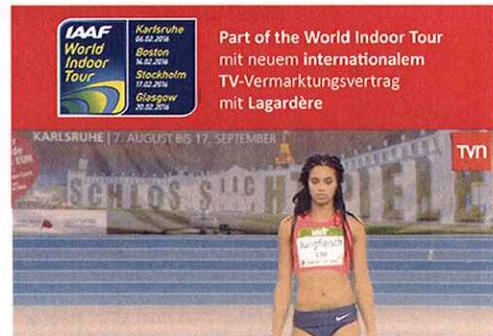
Die Live-Ausstrahlung lief zwischen 20:12 Uhr und 21:53 Uhr (89 min).  
Das Indoor Meeting sahen international **3,15 Mio. Zuschauer\*** auf Eurosport1 live.

\* Partner: media plan, Agentur für Kommunikations- und Mediendienstleistungen GmbH, Quelle: AdvantEdge: GERMANY: AGF/GfK, NETHERLAND: SKG, UK: BARB, SPAIN: Kantar Media, SWEDEN: MMS, POLAND: AGB Nielsen Media Research, DENMARK: TNS Gallup, ROMANIA: Armadata SRL, Italy: Auditel; 06.02.2016

Über Lagardère Sports wurde das INDOOR MEETING Karlsruhe auf den amerikanischen Kontinenten ( u.a. Brasilien, Chile, Jamaika) verbreitet. Der Sender beIN Sports North America brachte Live-Bilder in die Haushalte der USA und Kanada. beIN Sports MENA übertrug das INDOOR MEETING im Mittleren Osten und Nord-Afrika.

Internationale Stars wie Dafne Schippers und Renaud Lavillenie wurden von TV Teams aus Ihren Heimatländern (NOS und TF1) begleitet, die große Features über diese im Umfeld des INDOOR MEETINGS sendeten.

## EUROSPOORT



Part of the World Indoor Tour mit neuem internationalem TV-Vermarktungsvertrag mit Lagardère

TVN ist das Chilenische Staatsfernsehen mit einer Reichweite von knapp 30 Mio. und Einschaltquoten von über 30%.

## ONLINE

Die erfasste Berichterstattung in den Online-Medien hatte eine Reichweite von knapp 185 Millionen.

Süddeutsche Zeitung



Franfurter Allgemeine

Handelsblatt

## SOCIAL MEDIA

Über Facebook und Twitter bekamen über 27 Millionen Leichtathletik-Fans rund um den Globus das Geschehen in der Messehalle live in Film, Bild und Wort auf ihre Smartphones oder Tablets geliefert. Knapp 50 Prozent der über 1.300 erfassten Posts und Tweets mit den Stichworten „INDOOR MEETING Karlsruhe“ waren in englischer Sprache verfasst. Auch von der IAAF World Indoor Tour profitierte das INDOOR MEETING bzw. Karlsruhe. Beiträge mit dieser Wortkombination waren für knapp 15 Millionen Facebook- und Twiternutzer abrufbar.

1.300 erfasste Posts allein am Meeting-Tag - 50% davon in englischer Sprache.



„Karlsruhe steigt in die Weltliga auf.“

STÜTTGARTER ZEITUNG

Über 20.000 Reaktionen auf diesen Post!

## PRINT | Tageszeitungen, Sportzeitungen

International wurde in diesem Jahr so stark wie noch nie zuvor über das INDOOR MEETING Karlsruhe berichtet – ein Grund ist die Aufnahme durch das IAAF Council in die World Indoor Tour. So liefen zahlreiche Meldungen in den USA, Großbritannien, Kuba, Frankreich, Mauritius, Kanada, Polen, den Niederlanden, Portugal sowie Nigeria.

Die mehr als 700 erfassten Berichterstattungen zum INDOOR MEETING erreichten insgesamt 84 Millionen Menschen rund um die Welt.

Der Anzeigenäquivalenzwert beträgt hier ca. 1,2 Millionen Euro

DIARIO DE CUBA

L'EQUIPE.FR

interia

Daily Mail



EUROSPOORT

[www.meeting-karlsruhe.de](http://www.meeting-karlsruhe.de)



KARLSRUHE EVENTGMBH