

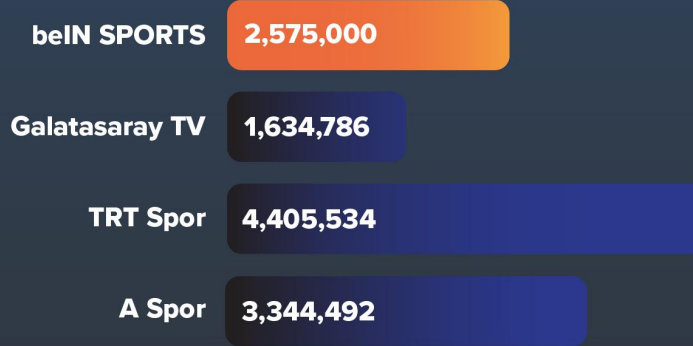
# SÜPER LİG'İN ERİŞİMİ

COVID-19 gündemi nedeniyle televizyonlardaki Süper Lig paketlerinin üyelik sayılarının artması, yayıncı kuruluş beIN SPORTS kadar şifresiz kanalların da durumdan kazançlı çıkmasını sağladı.

TRT Spor, A Spor ve diğer şifresiz kulüp kanalları, markaların saha içi reklamlarla oluşturduğu kampanyaların daha geniş bir kitleye ulaşmasında büyük rol oynuyor. Maç özetleriyle futbol sahalarının yayın akışı boyunca yeniden gösterimlerini sağlayan bu kanallar, saha kenarındaki reklamların izlenme sayısının artmasını sağlıyor.

## İZLEYİCİ SAYILARI

beIN SPORTS, Süper Lig'in yayıncı kuruluşu olmasına karşın toplam izleyici kitlesinin yalnızca %21.5'ini bünyesinde barındırıyor. TRT Spor, A Spor ve diğer şifresiz kanallar ise spor yayınlarının (maç tekrarları, maç özetleri, tartışmalı pozisyonlar vb.) ücretsiz bir şekilde daha fazla tekil izleyiciyle ulaşmasına olanak sağlıyor.



**%79**

Seyircilerin yüzde 79'u LED panolardaki reklamı gördü.



Yüzde 69'u maç izlerken arkadaki LED panoların ilgi çekici olduğu görüşüne katılıyor.



Yüzde 72'si futbolla ilişkili olan markaların güçlü markalar olduğunu düşünüyor.



Yüzde 69'u futbolla ilişkili olan markalar hakkında pozitif görüşe sahip.

**%80**

Yüzde 80'i stadyumdaki LED panolarda gördüğü ürünü satın alabileceğini belirtti.

