

Sky Media kooperiert bei der Vermarktung des YouTube Channels „Sky Sport HD“ mit Athletia

- Partnerschaft mit Athletia, dem größtem Sport Multichannel-Network, zur Betreuung und Vermarktung des YouTube Channels „Sky Sport HD“ (über 450.000 Abonnenten)
- Sky Media vermarktet Channel-Inventar mit breitem Vermarktungsportfolio
- Thomas Deissenberger, Geschäftsführer Sky Media: „Insbesondere bei der jungen Zielgruppe der 14 bis 29-Jährigen hat YouTube eine hohe Relevanz. Durch die Kooperation mit Athletia Sports werden wir diesen Personenkreis noch besser ansprechen und unsere hochwertigen Sportinhalte vermarkten können.“

Unterföhring, 04. April 2016 – Sky und Athletia Sports, das führende Sport-Multichannel-Network in Europa, starten eine Kooperation. Ziel der Partnerschaft ist die bessere Präsentation, Vermarktung und Reichweitenmaximierung der Bewegtbildinhalte von „Sky Sport HD“ auf der Video-Plattform YouTube.

Dabei übernimmt Athletia das Management des YouTube Channels „Sky Sport HD“ mit dem Ziel, den Traffic auf dem Channel weiter zu steigern. Zudem ist Athletia für die Kampagnenabwicklung und das Ad Serving verantwortlich. Sämtliche Inhalte werden im Rahmen der Kooperation vermarktet. Werbekunden bietet der YouTube-Channel „Sky Sport HD“ umfassende Werbemöglichkeiten, darunter 30-sekündige Pre-Rolls, Video und Display Ads sowie Branded Content. Ansprechpartner für interessierte Werbekunden ist Sky Media.

„Sky Sport HD“ ist der größte Channel auf YouTube für Sportnachrichten mit mehr als 450.000 Abonnenten (Stand: 4. April 2016). Sky streamt über den Kanal hochwertige Sportinhalte, darunter Interviews zu den Spielen der Fußball-Bundesliga, Spielberichte der UEFA Champions League, der UEFA Europa League und des DFB-Pokals. Zudem können die Nutzer Inhalte anderer Sportarten wie der Handball Champions League, Wimbledon oder Golf European PGA Tour abrufen. Darüber hinaus runden Sky Eigenproduktionen das Angebot ab.

Thomas Deissenberger, Geschäftsführer Sky Media: „Insbesondere bei der jungen Zielgruppe der 14- bis 29-Jährigen hat YouTube eine hohe Relevanz. Bislang entfallen jedoch nur ein Prozent der Abrufe auf YouTube auf Sportinhalte. Durch die Kooperation mit Athletia Sports werden wir diesen Personenkreis noch besser ansprechen und unsere hochwertigen Sportinhalte vermarkten können.“

Lukas Klumpe, Geschäftsführer Athletia Sports: „Sport hat schon immer eine generationenübergreifende Faszination, doch jede Zielgruppe und Plattform erwartet eine individuelle Aufbereitung der Inhalte. Die Entwicklung innovativer Formatideen, die möglichst viele junge Sportbegeisterte erreichen und zu wiederkehrenden Fans des Sky Sportangebotes machen, steht im Fokus der Kooperation. Auch im Hinblick auf Vermarktungsansätze und -strategien werden wir mit Sky Media neue Wege gehen.“

Über Sky Media:

Sky Media ist einer der führenden Multiscreen- und Digitalvermarkter in Deutschland. Das Tochterunternehmen von Sky Deutschland verantwortet den Werbezeitenverkauf von über 25 exklusiven TV-Sendern – darunter neben allen Bewegtbild-Angeboten von Sky auch [15 Partnerkanäle](#) – und die Vermarktung des mobilen Service Sky Go, des Abrufdiensts Sky On Demand sowie der Onlineplattform sky.de. Mit einem 360-Grad-Angebot über sämtliche Verbreitungswege – TV, Online, Mobile, Out-of-Home – setzt Sky Media im Markt Maßstäbe für die aufmerksamkeitsstarke Inszenierung von Marken und gilt als einer der wichtigsten Treiber für die Vermarktungsmodelle der Zukunft. Mehr Infos unter www.skymedia.de.

Kontakt für Medien:

Jens Bohl

Business Communications / Corporate Communications

Tel. +49 (0) 89 9958 6869

jens.bohl@sky.de

twitter.com/SkyDeutschland

twitter.com/SkyMediaDE