

## Das „Sky Spiel des Lebens“ startet in die nächste Runde: Sky Media bietet 360-Grad-Werbeintegration

- Sky erfüllt Amateurfußball-Verein erneut den Traum von einer Live-Übertragung ihres Spiels auf Bundesliga-Niveau
- Umfangreiches Multichannel-Angebot für Werbekunden mit „On-the-Ground“-Verlängerung ins Stadion
- Ralf Hape: „Über die gesamte Entertainment-Plattform von Sky vernetzt, garantiert das ‚Sky Spiel des Lebens‘ eine breite Aufmerksamkeit.“

Unterföhring, 29. Februar 2016 – Nach dem großen Erfolg im letzten Jahr ermöglicht Sky auch in diesem Jahr zwei Amateurfußballvereinen sich einmal wie echte Bundesliga-Profis zu fühlen: Das „Sky Spiel des Lebens“ startet in die zweite Runde. Werbekunden bietet Sky Media in diesem emotionalen Umfeld ein umfangreiches Multichannel-Angebot zur Markeninszenierung.

Ralf Hape, Vice President Sales Sky Media: „Das ‚Sky Spiel des Lebens‘ ist eine ideale Event-Plattform für nachhaltige, integrierte Markenkommunikation. Über die gesamte Entertainment-Plattform von Sky vernetzt, garantiert das Werbeumfeld eine breite Aufmerksamkeit.“

### Integrierte 360-Grad-Kommunikation

Das 360-Grad-Konzept für Werbekunden ermöglicht eine vernetzte, plattformübergreifende Markeninszenierung: Sowohl im TV als auch Online, Print und „On-the-Ground“ bietet Sky Media attraktive Werbeflächen im Umfeld des „Sky Spiel des Lebens“.

Die TV-Präsenz erstreckt sich über mehrere Maßnahmen. So sind Aktionsspots im Live-Fußballumfeld und auf Sky Sport News HD, Deutschlands einzigem 24-Stunden-Sportnachrichtensender, inkludiert. Des Weiteren beinhaltet das Angebot Sonderwerbformen und eine Logo-Integration während der redaktionellen Berichterstattungen im Live-Fußballumfeld auf Sky. Das Sponsoring von Live-Übertragungen ist ebenfalls belegbar.

Im Web ist eine Logo-Integration auf der Landingpage von „Sky Spiel des Lebens“ [spieldeslebens.sky.de](http://spieldeslebens.sky.de) sowie ein Pre-Roll im Sportumfeld buchbar. Darüber hinaus wird die Aktion umfangreich über Content- und Aktionsteaser, Display Ads auf externen Plattformen sowie in Sky Kunden-Newslettern und über Social-Media-Aktionen beworben.

Eine redaktionelle Integration der Partner in Printmedien sowie auf bundesweiten Aktionsflyern und Paket-Beilegern verlängert das Engagement.

Wie bei einem echten Bundesliga-Spiel dürfen Werbeflächen „On-the-Ground“ wie beispielsweise Stadionbanden im TV-sichtbaren Bereich nicht fehlen. Zudem haben Sponsoren Promotionrechte vor Ort.

## Über das „Sky Spiel des Lebens“:

Es ist der Traum eines jeden Amateurfußballers: sich einmal wie die Bundesliga-Profis fühlen und mit seinem Verein live im Fernsehen zu sehen sein. Im „Sky Spiel des Lebens“ lässt Sky diesen Traum für einen Amateurverein - und dessen Gegner - Wirklichkeit werden. Das Spiel findet am 3. September 2016 statt und wird von Sky im Bundesliga-Standard produziert und live in HD übertragen. Ausgestrahlt wird ein reguläres Meisterschaftsspiel, das auf dem heimischen Platz des Vereins ausgetragen wird, der sich im Bewerbungsverfahren durchsetzt. Ab dem 1. März können sich alle Amateurvereine bewerben. Teilnahmeberechtigt sind alle Damen- und Herrenmannschaften des deutschen Amateurfußballs unterhalb der vierten Liga. Interessierte Mannschaften können sich bis zum 31. März unter [spieldeslebens.sky.de](http://spieldeslebens.sky.de) bewerben und dort ihr Bewerbungsvideo hochladen. Der Kreativität sind dabei keine Grenzen gesetzt. Die besten 30 Videos, bestehend aus dem jeweils besten Video der 21 Landesverbände des DFB sowie neun weiteren Videos, werden ab dem 14. April per Online-Voting von den Fans bewertet. Aus den besten drei Videos wählt die dreiköpfige Jury (unter anderem mit Dr. Rainer Koch und Wolff-Christoph Fuss) den Gewinner. Die Verkündung erfolgt am 14. Mai, dem Samstag des 34. Bundesliga-Spieltags. Alle Details und Teilnahmebedingungen sind unter <http://spieldeslebens.sky.de/ablauf> abrufbar.

## Das „Sky Spiel des Lebens 2015“ auf Juist

Das erste „Sky Spiel des Lebens“ fand am 5. September 2015 auf Juist statt. Der heimische TSV Juist hatte sich damals im Online-Voting durchgesetzt und war von der Jury zum Gewinner ernannt worden. Für die Produktion der Partie gegen den TuS Pewsum 2 in der Ostfriesenklasse C war Sky mit über 60 Kolleginnen und Kollegen vor Ort. Um kein Detail der Partie zu verpassen, berichtete Sky mit 19 Kameras aus dem mit 2000 Zuschauern ausverkauften „Hafenkessel“ auf Juist. Die Begegnung strahlte Sky im TV, via IPTV und online unverschlüsselt aus.

69.000 Zuseher verfolgten das „Sky Spiel des Lebens“ live im TV, über diverse Social-Media-Kanäle wurden weitere fünf Millionen Kontakte erzielt.

Videos, Fotos und weitere Informationen zum „Sky Spiel des Lebens“ auf Juist sind unter <http://spieldeslebens.sky.de/rueckblick-spiel-des-lebens-2015> abrufbar.

---

## 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](http://www.skymedia.de).

**Kontakt für Medien:**

Alexandra Fexer  
Business Communications / Corporate Communications  
Tel. +49 (0) 89 9958 6034  
[alexandra.fexer@sky.de](mailto:alexandra.fexer@sky.de)  
[twitter.com/SkyDeutschland](https://twitter.com/SkyDeutschland)  
[twitter.com/SkyMediaDE](https://twitter.com/SkyMediaDE)