

Werbebudgets in Zeiten von digitaler Disruption – Sky Media Panel auf den Medientagen

- Sky Media als Kongressmitveranstalter auf den Medientagen
- Mit Branchengrößen hochrangig besetztes Panel „Umfeld versus Reichweite – wer gewinnt die Schlacht um den Werbeuros im TV?“ am zweiten Messetag
- Martin Michel, Geschäftsführer Sky Media GmbH: „Die Medientage sind für Sky Media eine wichtige Plattform für fundierte Diskussionen mit Kunden und Partnern aus der Branche.“

Unterföhring, 15.10.2015 – Unter dem Motto „Digitale Disruption – Medienzukunft erfolgreich gestalten“ treffen sich in der kommenden Woche (21.-23. Oktober 2015) Branchenexperten auf den diesjährigen Medientagen München, um über die Zukunft der Medien zu diskutieren. Der Sky Vermarkter Sky Media wird umfassend in insgesamt fünf Diskussionsrunden auf dem Kongress vertreten sein. Inhaltlicher Schwerpunkt ist dabei das von Sky Media ausgerichtete Panel zum Thema „Umfeld versus Reichweite – wer gewinnt die Schlacht um den Werbeuros im TV?“, das am zweiten Messetag zwischen 10.30 Uhr und 11.30 Uhr stattfindet.

Auf dem Panel wird zunächst die Medienforscherin Terrie Brennan, European Digital Lead bei The Nielsen Company, in ihrer Keynote „The Future of Television“ einen Einblick zur Veränderung des Mediennutzungsverhaltens aus internationaler Perspektive geben. Im Anschluss werden Branchengrößen der deutschen Werbewirtschaft darüber debattieren, welche Auswirkungen dieser Wandel auf die Rezeption von TV-Werbung hat – und inwieweit sich diese Veränderungen in den Mediaplänen der Werbetreibenden schon widerspiegeln. Vertreter von Mediaagenturen, Vermarkter und Werbetreibende werden gemeinsam diskutieren, wie die Werbebudgets in dieser neuen Welt optimal eingesetzt werden können. Mit dabei sind Christof Baron, Chairman Deutschland & CEO Central and Eastern Europe Mindshare World, Matthias Dang, Geschäftsführer IP Deutschland, Uwe Storch, Head of Media Ferrero und stellvertretender Vorsitzender OWM (Organisation Werbetreibende im Markenverband), sowie Martin Michel, Geschäftsführer Sky Media. Moderiert wird das Panel von Juliane Paperlein, Ressortleiterin Medien, Horizont.

Ein weiteres Highlight ist die Teilnahme von Thomas Deißberger, seit 1. September in der Geschäftsführung von Sky Media, am Panel des Deutschen Verbands für Telekommunikation und Medien (DVTM) zum Thema „Bettertainment – Das neue Zauberwort für den konvergenten Milliardenmarkt Medien, Telekommunikation und Sportwetten“.

Martin Michel, Geschäftsführer Sky Media GmbH: „Die Medientage sind für Sky Media eine wichtige Plattform für fundierte Diskussionen mit Kunden und Partnern aus der Branche.“

Übersicht aller Panelbeteiligungen von Sky Media:

Mittwoch, 21.10.2015

15:15 – 16:15 Uhr Die omni-connected Medienwelt (mit Wolfram Winter, Executive Vice President Communications, Public Affairs & Advertising Sales der Sky Deutschland AG und Geschäftsführer Sky Media GmbH)

15:15 – 16:15 Uhr Ericsson: Die nächste Transformation: Von Big Data zu Smart Data & Personalisierung (mit Martin Michel, Geschäftsführer Sky Media GmbH)

15:15 – 16:15 Uhr DVTM: "Bettertainment" - Das neue Zauberwort für den konvergenten Milliardenmarkt Medien, Telekommunikation und Sportwetten (mit Thomas Deißberger, Geschäftsführer Sky Media GmbH)

Donnerstag, 22.10.2015

10:30-11:30 Uhr Sky: Umfeldqualität vs. Reichweite – wer gewinnt die Schlacht um die Werbeeuros im TV? (mit Martin Michel)

11:40 – 12:40 Uhr Fox: Show me your TV and I'll tell you who you are - Understanding audience behaviour and preferences in the age of Big Data (mit Martin Michel)

Weitere Informationen zu den Medientagen sind verfügbar unter:

<http://www.medientage.de>

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 On-Demand-Angebots Sky Anytime 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