

Sky Media Network startet Agenturoffensive zum Bundesliga-Auftakt

- Marketingaktionen zur Steigerung der Aufmerksamkeit bei Mediaplanern
- Zweimonatige Testwochen für den mobilen Premiumservice Sky Go und das On-Demand-Angebot Sky Anytime
- Deutschlandweite Mailingaktion für weibliche Mediaplaner zum Thema Fußball
- Martin Michel, Geschäftsführer Sky Media Network: „Mit den Aktionen zum Bundesliga-Start wollen wir bei Mediaplanern das Bewusstsein für die Umfeldqualität der Multiscreen-Plattformen von Sky schärfen.“

Unterföhring, 6. August 2015 – Bei den deutschen Fußballfans herrscht Vorfreude auf die neue Saison und Sky trägt diese Begeisterung in die Mediaagenturen. Mit zwei Marketing-Aktionen zum Bundesliga-Auftakt am 14. August adressiert Sky Media Network ausgewählte Mediaplaner in Deutschland, um das Bewusstsein für das hochwertige Werbeumfeld der Fußball-Bundesliga zu schärfen.

„Die Sehgewohnheiten der Zuschauer haben sich dramatisch verändert. Dieser Wandel sollte sich auch in den Mediaplänen der Kunden widerspiegeln. Mit den Aktionen zum Bundesliga-Start wollen wir bei Mediaplanern das Bewusstsein für die Umfeldqualität der Multiscreen-Plattformen von Sky schärfen. Die crossmedialen Angebote Sky Go und Sky Anytime bieten Werbekunden die Möglichkeit, ihre Marken konzertiert über alle Verbreitungswege zu inszenieren“, so Martin Michel, Geschäftsführer Sky Media Network.

Im Rahmen der Sky Testwochen, einer knapp zweimonatigen Testphase für Sky Go und Sky Anytime, haben Agenturvertreter zwischen dem 12. August und 30. September die Möglichkeit, sich intensiv mit den crossmedialen Sky Plattformen zu beschäftigen. Ziel der Aktion ist es, dass sich Mediaplaner, die bislang Sky als Werbeumfeld noch nicht kannten, ein Bild von den zielgruppenspezifischen Werbemöglichkeiten und aufmerksamkeitsstarken Sonderwerbeformen im Live-Umfeld von Sky machen.

Insgesamt 70 Mediaplaner können das Programm der Pakete Sky Welt, Sky Film, Sky Sport und Sky Fußball-Bundesliga kostenlos und in HD testen. Außerdem erhalten sie einen Sky+ 2TB-Receiver, um das On-Demand-Programm nutzen zu können. Zudem bekommen sie testweise ein iPad gestellt, um unterwegs den mobilen Premiumservice Sky Go über die Sky Go App nutzen zu können. Unter den Teilnehmern verlost Sky zwei Tickets für das Finale der UEFA Champions League 2016 in Mailand. Begleitend zur Aktion werden die teilnehmenden Planer regelmäßig zu ihrem Sehverhalten auf Sky befragt.

Deutschlandweite Mailingaktion für weibliche Mediaplaner

Mit einer humorvollen Aussendung, einem „Saison-Kit für Frauen“, spricht Sky Media Network ab dem 10. August rund 1.000 Planerinnen in den Mediaagenturen an. Mit dieser Aktion möchte der Vermarkter insbesondere die weibliche Zielgruppe für das Thema Fußball gewinnen, damit sie sich intensiver mit dem Live-Werbeumfeld der Fußball-Bundesliga bei Sky beschäftigen.

Über Sky Media Network:

Sky Media Network ist einer der führenden Multiscreen-Vermarkter in Deutschland. Das Tochterunternehmen von Sky Deutschland verantwortet den Werbezeitenverkauf von über 25 exklusiven TV-Sendern. Dazu gehören alle Bewegtbild-Angebote von Sky, aber auch die 15 Partnerkanäle TNT Film, TNT Serie, TNT Glitz, Cartoon Network, Boomerang, History, A&E, 13th Street, Syfy, E! Entertainment, Universal Channel, Fox, National Geographic, Nat Geo Wild sowie der frei empfangbare Musiksender Deluxe Music. Neben TV umfasst das Portfolio von Sky Media Network auch die Vermarktung des mobilen Service Sky Go, des On-Demand-Angebots Sky Anytime sowie der Onlineplattform sky.de. Durch die Vielfalt der Verbreitungswege gilt Sky Media Network als Treiber für die Bewegtbild-Vermarktungsmodelle der Zukunft. Das hochwertige Programmangebot von Sky reicht von exklusivem Live-Sport über topaktuelle Spielfilme und Serien bis hin zu Kinderformaten und Dokumentationen. Bei den Werbeformaten bietet der Multiscreen-Vermarkter seinen Kunden klassische TV-Spots in Exklusivplatzierung, zahlreiche Sponsoring- und Splitscreen-Varianten sowie kundenindividuelle Vermarktungskonzepte oder auch die Entwicklung von Branded Content und die Kampagnen-Integration bekannter Sky Gesichter.

Kontakt für Medien:

Jens Bohl
Business Communications / Corporate Communications
Tel. +49 (0) 89 9958 6869
jens.bohl@sky.de
twitter.com/SkyDeutschland