

DFB-Pokal und UEFA Champions League bescheren Sky Media Network erfolgreiche Saisonbilanz

- Zwölf Prozent mehr Werbekunden als in der Vorsaison 2013/14
- 100-prozentige Auslastung der Werbeflächen im Umfeld der UEFA Champions League
- Nahezu vollständige Belegung der Werbeflächen beim DFB-Pokal
- Martin Michel: „Spitzenfußball der Extraklasse ist und bleibt ein herausragendes Werbeumfeld im TV-Markt. Kein anderes Umfeld erzeugt ein höheres Involvement in einer breiten Zielgruppe und bietet damit eine stärkere Plattform für wirkungsvolle Inszenierung und Emotionalisierung von Markenbotschaften.“

Unterföhring, 10. Juni 2015 – Sowohl der DFB-Pokal als auch die UEFA Champions League haben in der Saison 2014/15 für eine hohe Auslastung der Werbeflächen auf Sky gesorgt. So waren die Werbemöglichkeiten bei der Übertragung des DFB-Pokals nahezu vollständig, in der UEFA Champions League bereits seit Ende 2014 sogar zu 100 Prozent ausgebucht.

Im DFB-Pokal waren die Sonderwerbeformen, wie z.B. Skyscraper und Superframe über die gesamte Saison ausgebucht. In der UEFA Champions League waren neben den Sonderwerbeformen auch die klassischen Werbeinseln durchgehend ausgelastet.

Die Anzahl der Werbetreibenden stieg gegenüber der Saison 2013/14 um zwölf Prozent. Zu den Top-Kunden im Umfeld des DFB Pokals zählten die offiziellen DFB Pokal Sponsoren Volkswagen, die Bitburger Brauerei und die Targobank. Als Neukunden konnte Sky Media Network den Automobilhersteller Hyundai sowie die Software-Anbieter Lexware und Technik-Anbieter Microsoft gewinnen. Im Umfeld der UEFA Champions League zählten Smartphone-Hersteller HTC, Energiekonzern Gazprom, Wettanbieter bwin und Automobilhersteller Nissan zu den Top-Kunden, neu hinzu kamen unter anderen Finanzdienstleister UniCredit, Baumarktmarke Bauhaus und Mobilfunk-Anbieter O2.

Martin Michel, Geschäftsführer Sky Media Network: „Spitzenfußball der Extraklasse ist und bleibt ein herausragendes Werbeumfeld im TV-Markt. Kein anderes Umfeld erzeugt ein höheres Involvement in einer breiten Zielgruppe und bietet damit eine stärkere Plattform für wirkungsvolle Inszenierung und Emotionalisierung von Markenbotschaften.“

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 Services 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:

Alexandra Fexer

Business Communications / Corporate Communications

Tel. +49 (0) 89 9958 6034

alexandra.fexer@sky.de

twitter.com/SkyDeutschland