

## Sky Media Network und Repucom veranstalten Champions Business Summit

- **Exklusiver Kongress für Entscheider aus Medien, Sport und Wirtschaft am 5. Juni in Berlin**
- **Vorträge und Diskussionen zu Sponsoring-Trends, Reichweite und Zielgruppen im Vorfeld des UEFA Champions League Finals**
- **Martin Michel: „Das ist der ideale Rahmen, um Entscheidern aus Sport, Wirtschaft und Medien eine Plattform für den Austausch über die aktuellsten Trends und Themen im Sportsponsoring zu bieten.“**

Unterföhring, 3. Juni 2015 – Am 5. Juni veranstalten Sky Media Network und Repucom, ein Beratungsunternehmen im Sport- und Entertainmentbusiness in Berlin den Champions Business Summit. Einen Tag vor dem Finale der UEFA Champions League referieren und diskutieren Entscheider aus Sport, Medien und Wirtschaft in der Hauptstadt über die aktuellsten Trends und Entwicklungen im Sportmarketing.

Unter dem Leitthema „Zielgruppe im Blick: messen & verstehen!“ bieten Sessions am Vormittag interessante Einblicke in die aktuelle Situation des Sponsoringmarkts: Stephan Schröder, Managing Director bei Repucom gibt einen Überblick über die nationalen und internationalen Sponsoring-Entwicklungen. Dr. Dirk Otto, Director Audience & Media Research bei Sky Deutschland, stellt mit Sky360 das revolutionäre Messsystem vor, mit dem Sky seit Kurzem seine plattformübergreifenden Reichweiten über alle digitalen Verbreitungswege hinweg ausweist. Im Anschluss sprechen Hiro Kishi, Vice President Sports Sponsoring bei der Telekom Deutschland, und Dirk Huefnagels, Marketingleiter Retail bei UniCredit, über Möglichkeiten und Grenzen der medialen Sponsoringbewertung in fragmentierten Medienlandschaften.

Es folgen Vorträge von Mike Wragg, Executive Vice President Global Head of Research bei Repucom, der die DNA von Fans für Sponsoren aufschlüsselt, und Kilian Manninger, Head of Corporate Communications bei Rodenstock, mit spannenden Beispielen aus der Praxis. Abschließend gibt es eine Führung durch das gläserne Champions Studio von Sky.

Martin Michel, Geschäftsführer Sky Media Network: „In der Woche zwischen DFB-Pokal-Finale und Champions-League-Finale wird die Faszination Fußball in Berlin förmlich greifbar. Für uns der ideale Rahmen, um Entscheidern aus Sport, Wirtschaft und Medien eine Plattform für den Austausch über die aktuellsten Trends und Themen im Sportsponsoring zu bieten.“

---

### 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