

## Sky Media Network gewinnt drei starke Partner für das „Sky Spiel des Lebens“

- Sky erfüllt Amateurfußball-Verein den Traum von einer Live-Übertragung auf Bundesliga-Niveau
- Warsteiner, Tipico und Camp David sind Partner des „Sky Spiel des Lebens“
- Umfangreiches Multichannel-Angebot für Werbekunden mit „On-the-Ground“-Verlängerung ins Stadion
- Ottmar Hitzfeld ist Pate der Aktion

Unterföhring, 18.03.2015 – Sky Media Network hat für das „Sky Spiel des Lebens“ drei starke Werbepartner gewonnen: Mit Warsteiner, Tipico und Camp David als Sponsoren, ist die von Sky ins Leben gerufene Aktion damit vollständig vermarktet. „Sky Spiel des Lebens“ ermöglicht zwei Amateurvereinen sich einmal wie Profis zu fühlen. Bundesweit ruft Sky alle Amateurvereine von Kreisliga bis Verbandsliga auf, sich mit einem Vereins-Video zu bewerben. Ein offizielles Ligaspiel des Gewinnervereins wird Anfang September 2015 mit Sky Kommentatoren, Sky Experten, Vor- und Nachberichterstattung, Interviews und Analysen wie ein Profi-Spiel der Fußball-Bundesliga produziert und live auf Sky Sport HD übertragen. Sky Experte Ottmar Hitzfeld ist Pate der Aktion.

Martin Michel, Geschäftsführer Sky Media Network: „Mit dem ‚Sky Spiel des Lebens‘ bieten wir unseren Werbekunden eine neue emotionale Event-Plattform für eine nachhaltige, integrierte Markenkommunikation. Über die gesamte Entertainment-Plattform von Sky vernetzt, garantiert das Werbeumfeld eine langfristige 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 Network attraktive Werbeflächen im Umfeld des „Sky Spiel des Lebens“.

Alle drei Partner sind mit Ihren Marken-Logos gleichberechtigt in das Event-Logo zur Aktion sowie in die TV-Spots integriert. Warsteiner, Tipico und Camp David sind zudem Sponsoren der redaktionellen, formatbezogenen Rubriken und Vignetten innerhalb der Sky Fußball-Berichterstattung. Darüber hinaus gibt es redaktionelle TV-Gewinnspiele im Live-Umfeld der Bundesliga und der 2. Bundesliga, mit Online-Verlängerung auf die Microsite [spieldeslebens.sky.de](http://spieldeslebens.sky.de).

Im Web sind die Partner ebenfalls mit Logo-Integrationen auf der „Sky Spiel des Lebens“-Landingpage sowie in der Opening-Signation der online verfügbaren Vereins-Videos präsent. Darüber hinaus wird die Aktion umfangreich über Content-Teaser, Display Ads sowie in Sky Kunden-Newslettern und über Social Media-Aktionen beworben.

Eine redaktionelle Integration der Partner in der Fernsehzeitschrift TV Digital sowie bei weiteren Printmaßnahmen wie Anzeigen, Paket-Beilagen und bundesweiten Aktionsflyern in Vereinsheimen verlängert das Engagement.

Wie bei einem echten Bundesliga-Spiel dürfen die Werbeflächen „On-the-Ground“ wie beispielsweise Bandenwerbung nicht fehlen. Diese werden über individuelle TV-Live- und Sonderwerbformen im Rahmen der Live-Übertragung auch ins TV verlängert.

### 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 wird am Bundesliga-freien Wochenende 5./6. September 2015 stattfinden und von Sky im Bundesliga-Standard produziert und live in HD übertragen. Bei dem Spiel wird es sich um ein reguläres Meisterschaftsspiel handeln, das auf dem heimischen Platz des Vereins ausgetragen wird, der sich im Bewerbungsverfahren durchsetzt.

---

### 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 seiner 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](mailto:alexandra.fexer@sky.de)  
[twitter.com/SkyDeutschland](https://twitter.com/SkyDeutschland)