

Einstieg in die Spitzensport-Förderung: Sky wird Partner der Deutschen Sportlotterie

- Neue Soziallotterie zur Unterstützung von Top-Athleten
- Martin Michel, Geschäftsführer Sky Media Network: „Spitzensport ist für uns bei Sky eine der wichtigsten Säulen, daher ist es uns wichtig, die Vielfalt und das hohe Niveau der deutschen Top-Athleten dauerhaft zu fördern und zu erhalten.“

Unterföhring, 20. November 2014 – Sky engagiert sich künftig gezielt für Deutschlands Top-Sportler: Ab sofort tritt der führende deutsche Pay-TV-Anbieter als Verbundpartner der Deutschen Sportlotterie auf. Pünktlich zur Bundesliga-Rückrunde startet die Soziallotterie ihren Spielbetrieb. Die Teilnehmer können bundesweit durch eine Online-Teilnahme sowie regional mit Losen aus dem stationären Verkauf nicht nur Sport fördern, sondern selbst gewinnen – für die richtige Gewinnkombination werden 500.000 Euro ausbezahlt. Der Erlös fließt zu 100 Prozent in die Förderung des deutschen Spitzensports und an ausgewählte Projekte. Mit der Kooperation erweitert Sky die eigene Sportförderung um den Spitzenbereich – bisher lag der Fokus vor allem auf der Unterstützung des Breitensports bei Kindern und Jugendlichen durch die unternehmenseigene Sky Stiftung. Der Breitensport wird durch Vereinsbeteiligungen ebenfalls von der Sportlotterie profitieren.

Als Werbe- und Medienpartner der gemeinnützigen Gesellschaft gibt Sky die Gewinnkombinationen bekannt. Darüber hinaus werden die Spots der Deutschen Sportlotterie ab dem Start der Einführungskampagne Ende Januar 2015 crossmedial auf allen Sky Plattformen zu sehen sein. Die redaktionelle Einbindung der geförderten Sportler, die Integration der Lotterie in Sky Kommunikationsmaßnahmen und begleitende Events wie etwa ein jährlich stattfindendes Sommerfest runden das Engagement ab. Im Gegenzug erhält Sky die Möglichkeit, Video- und Bildmaterial der unterstützten Athleten für crossmediale Promotion-Maßnahmen zu nutzen.

„Spitzensport ist für uns bei Sky eine der wichtigsten Säulen“, sagt Martin Michel, Geschäftsführer Sky Media Network. „Daher ist es uns wichtig, die Vielfalt und das hohe Niveau der deutschen Top-Athleten dauerhaft zu fördern und zu erhalten. Durch die Partnerschaft mit der Deutschen Sportlotterie haben wir die Möglichkeit bekommen, uns längerfristig zu engagieren und gemeinsam auf dieses Ziel hinzuarbeiten.“

„Wir freuen uns sehr, dass wir Sky als Fernsehpartner gewinnen konnten. Wir wollen ja mit der Deutschen Sportlotterie genau die Sportfans erreichen, denen die Förderung der Spitzensportler am Herzen liegt. Da ist Sky mit seinen vielen Sport-Liveübertragungen genau der richtige Partner“, sagte der geschäftsführende Sportlotterie-Gesellschafter Gerald Wagener.

Die Deutsche Sportlotterie

Das Ziel der Deutschen Sportlotterie ist die soziale Absicherung und Förderung von Spitzenathleten, speziell in der Vorbereitung auf die Olympischen und Paralympischen Spiele. Dadurch sollen das Existenzrisiko für Sportler verringert und bessere Voraussetzungen für sportliche Erfolge geschaffen werden. Über ein Partizipations-Modell leistet die gemeinnützige Gesellschaft eine zusätzliche Vereinsförderung, die auch dem Breitensport zugutekommt. 2013 auf Initiative von Geschäftsführer Gerald Wagener und Diskus-Olympiasieger Robert Harting gegründet, wird die Deutsche Sportlotterie inzwischen von über 40 namhaften Sportlern, Organisationen wie dem Deutschen Leichtathletikverband DLV und Partnern wie der Deutschen Telekom, Lufthansa, Adidas oder Edeka unterstützt.

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 16 Partnerkanäle TNT Film, TNT Serie, TNT Glitz, Cartoon Network, Boomerang, History, A&E, 13TH Street, Syfy, Fox, E! Entertainment, Universal Channel, 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 sowie 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