

## Sky startet „Das neue Sky“ mit umfangreicher Marketingkampagne

- Marketingkampagne und -claim stellen die Wünsche der Kunden in den Mittelpunkt: „Das neue Sky. Gemacht aus deinen Wünschen.“
- Sky launcht Sky Q und das neue Sky Ticket, Elyas M'Barek dient als Testimonial
- Überregionale TV-Spots, Print-, DOOH-, Digital- und Social-Media-Maßnahmen sorgen crossmedial für Aufmerksamkeit

Unterföhring, 2. Mai 2018 – Unter dem Claim „Das neue Sky. Gemacht aus deinen Wünschen.“ bewirbt Sky umfangreich den Start von „das neue Sky“. Die von Serviceplan Campaign X in Zusammenarbeit mit Sky Creative konzipierte Marketingkampagne startet heute und wirbt in Deutschland und Österreich crossmedial für das neue Sky.

Arianna Saita, Senior Vice President Marketing bei Sky Deutschland: „Das neue Sky ist mehr als nur ein Versprechen. Mit dem neuen Sky stellen wir so intensiv wie nie zuvor die Wünsche unserer Kunden in den Mittelpunkt unseres Handelns. Unsere Marketingkampagne spiegelt genau das perfekt wider, nämlich indem wir genau diese Wünsche als zentrales Leitmotiv über den gesamten Auftritt hinweg bespielen. Unser Testimonial Elyas M'Barek ist natürlich die beste Besetzung, um die einfache Bedienung unserer Produkte Sky Q und Sky Ticket glaubwürdig und mit der richtigen Prise Humor darzustellen.“

### Die Kampagne

Auftakt der umfangreichen Marketingkampagne ist ein [Brandspot](#), der verschiedene Menschen in den unterschiedlichsten Situationen ihre Wünsche in den Himmel schicken lässt. In sechs ergänzenden [Produktspots](#) werden die Wünsche dann aufgegriffen und konkret aufgelöst. Sky Testimonial Elyas M'Barek kommt dabei als „Problemlöser“ zum Einsatz und weist die Kunden charmant darauf hin, wie einfach Sky den jeweiligen Wunsch erfüllt. Jeder Spot beziehungsweise Wunsch steht dabei für ein eigenes Feature von Sky Q und Sky Ticket. Dabei wird klar: Sky ist für jedermann.

Das Wunschmotiv erstreckt sich über die komplette Kampagne. Dabei wird stets die übergeordnete Kernbotschaft „Das neue Sky. Gemacht aus deinen Wünschen“ transportiert. Sky hat den Kunden zugehört, sie verstanden und entsprechend gehandelt. Genau deshalb wird Sky einfacher, schneller und schafft Mehrwerte für den Kunden.

Neben den breitgestreuten Werbespots, die auf nationaler Ebene auf allen großen Sendergruppen ausgestrahlt werden, wird die Kampagne mit nationalen Printanzeigen in Zeitschriften und Zeitungen, mehreren Flights in DOOH, mit Digital-Video-Maßnahmen, Digital Homepage Takeovers, digitalen Bannern und einer intensiven Social-Media-Kampagne, die einige exklusive Clips mit Elyas M'Barek enthält, begleitet. Dabei nutzt die Kampagne modernste, mobil-optimierte



und native Werbemittel auf Instagram und Facebook. Ein „Sky Q -uiz“ vermittelt spielerisch über Programmfragen die neuen Features von Sky Q. Des Weiteren wurden Influencer aus den Bereichen Sport, Lifestyle und Technik über die Agentur BuzzBird verpflichtet. Für die Social-Media-Kampagne zeichnet die Hamburger Agentur Upljft verantwortlich.

## Weitere Details zur Kampagne

- Kreation und Umsetzung: Serviceplan Campaign X in Zusammenarbeit mit Sky Creative
- Regie Produktspots: Simon Verhoeven
- Produktion Produktspot: Neverest / oki films
- Post-Produktion Produktspot: nhb
- Produktion Brandspot: Neverest
- Post-Produktion Brandspot: nhb
- Social Media: Upljft

## Über „das neue Sky“:

Ab Mai dürfen sich Sky Kunden in Deutschland und Österreich auf Europas bestes Entertainment-Erlebnis freuen. Sky wird einfacher, schneller, besser und schöner als je zuvor. Nach der bereits erfolgten Erneuerung der Services Sky Go, Sky Kids und Sky+ Home erreicht die Innovationsoffensive mit Sky Q und dem überarbeiteten Sky Ticket ihren ersten Höhepunkt. Das neue Sky stellt konsequent die Wünsche der Zuschauer in den Mittelpunkt, sei es über neue und verbesserte Produkte und Services für jeden Kunden, eine einfachere und übersichtlichere Angebotsstruktur, die Einführung eines Kundenbindungsprogramms, neue innovative Partnerschaften sowie exklusiven Content für Sky Kunden.

---

## Über Sky Deutschland:

Mit rund 5,2 Millionen Kunden und einem Jahresumsatz von über 2 Milliarden Euro gehört Sky in Deutschland und Österreich zu den führenden Entertainment-Unternehmen. Das Programmangebot besteht aus Live-Sport, Spielfilmen, Serien, Kinderprogrammen und Dokumentationen. Sky Deutschland mit Hauptsitz in Unterföhring bei München ist Teil von Europas führender Unterhaltungsgruppe Sky plc. 23 Millionen Kunden in sieben Ländern sehen die exklusiven Programme von Sky, wann immer und wo immer sie wollen (Stand: März 2018).

## Kontakt für Medien:

Alexandra Fexer  
Manager Corporate Communications  
Tel. 089 9958 6034  
alexandra.fexer@sky.de  
twitter.com/SkyDeutschland