

DHL und Sky Media starten internationale Partnerschaft

- **Umfassende paneuropäische Gesamthauskooperation zwischen DHL und Sky Media in Großbritannien, Irland, Deutschland, Österreich und Italien**

Unterföhring, 27. April 2016 – Sky Media, die Vermarktungsgesellschaft von Sky, verstärkt sein internationales Engagement und baut sein globales Kundenportfolio aus. Mit dem weltweit größten Logistikkonzern DHL ist Sky Media eine umfangreiche internationale Kooperation eingegangen. Zentrales Element der Partnerschaft ist die Aktivierung der DHL-Markenkampagne „Power of Global Trade“. DHL hat neben klassischen TV-Spots sieben emotional aufgeladene Infomercials produziert, die programmnah auf Sky Cinema (inklusive Sky Cinema+1, Sky Cinema+24) und dem Fox-Partnerkanal Nat Geo Wild (inklusive Nat Geo Wild+1) im Werbeblock ausgestrahlt werden. Ein speziell für DHL entwickeltes Presenting-Format rundet die Präsenz ab.

Ergänzend dazu nutzt DHL die internationale Verbreitung des Nachrichtensenders Sky News International in insgesamt 110 Millionen Haushalte, davon 91 Millionen „Free to Air“-Haushalte in Europa und 19 Millionen Pay-TV-Haushalte in Asien, Afrika und den USA.

Ein umfassendes Sponsoring-Paket im Umfeld von Sky Sport und Sky News International ist neben der Markenkampagne ein wichtiger Baustein des Engagements, um die DHL-Sponsorings im Bereich Sport und Kultur zu kommunizieren. DHL hat in diesem Zusammenhang im Umfeld von Premier League Football, deutscher und österreichischer Fußball-Bundesliga, Rugby, Formel 1 und Moto GP auch eine klassische TV-Kampagne in den verschiedenen Verbreitungsgebieten gebucht. Als Teil der Formel-1-Übertragung in Großbritannien, Irland, Deutschland, Österreich und Italien präsentiert DHL zudem den „Fastest Pit Stop Award“ und den „Fastest Lap Award“ nach dem Rennen.

„Als weltweit führendes Logistikunternehmen war es für DHL werbestrategisch sehr wichtig, mit Sky dieses umfassende Mediapaket abschließen zu können“, sagt Arjan Sissing, Senior Vice President Global Brand Marketing, Deutsche Post DHL Group. „Zu einem stärkt es unsere internationale Präsenz. Zum anderen hilft uns die hohe Qualität der Sky Programme, die emotionale Attraktivität unserer Marke DHL weiter zu stärken.“

Bernd Daubenmerkl, Director International Sales & Partnerships Sky Media: „Auf Sky haben große Marken einzigartige Möglichkeiten, ihr Image in einigen der größten Märkte aufzubauen. Die Partnerschaft zwischen Sky und DHL ist ein Beleg für das starke Potenzial der Sky Plattformen. DHL ist eine internationale Marke, die sehr gut zu Sky passt.“

Über Sky Media:

Sky Media ist der hauseigene Multiscreen- und Digitalvermarkter von Sky. Für Werbekunden bietet Sky Media eine einzigartige Möglichkeit, durch Werbung und Sponsoring das Image von Produkten und Marken in einigen der größten Märkte innerhalb und außerhalb Europas aufzubauen. Durch den Zusammenschluss von Sky in Großbritannien, Irland, Deutschland, Österreich und Italien ist Europas führendes Entertainment-Unternehmen mit mehr als 21 Millionen Kunden entstanden. Sky Media erreicht mit seinem Portfolio aus Sky Sendern und Partnerkanälen wichtiger Anbieter wie Viacom, Discovery, Fox und NBC Universal europaweit ein Publikum von über 100 Millionen Zuschauern pro Monat. Darüber hinaus vertreibt Sky Media eine stetig wachsende Palette digitaler Services einschließlich mobiler und Online-Dienste.

Kontakt für Medien:

Jens Bohl

Business Communications / Corporate Communications

Tel. +49 (0) 89 9958 6869

jens.bohl@sky.de

twitter.com/SkyDeutschland

twitter.com/SkyMediaDE