

## Sky Media Network startet mit Vermarktung erfolgreich in die neue Bundesliga-Saison

- Live-Umfelder in der Bundesliga am 1. Spieltag bis zu 100 Prozent ausgelastet
- Sky Media Network steigert Vermarktungserlöse um 53 Prozent
- Multiscreen-Vermarktung im Bundesliga-Umfeld auf Sky wird ausgebaut
- 2. Bundesliga mit Top-Reichweiten und Umsatzplus weiter auf Erfolgskurs

Unterföhring, 19. August 2014 – Die Liga der Weltmeister, die deutsche Bundesliga, startet am 22. August auf Sky in die neue Saison und bietet Werbekunden mehr denn je ein einzigartiges, wertvolles Live-Umfeld zur Inszenierung von Markenbotschaften: Sky Media Network, die führende Vermarktungsgesellschaft im Bereich Pay-TV, verzeichnet für den ersten Spieltag eine der höchsten Auslastungen zu einem Saisonauftakt. Die klassischen Werbeflächen sind zu 97 Prozent ausgelastet, die Werbeformen Countdown Split und Exklusiv-Werbeblock sind sogar zu 100 Prozent belegt. Mit einem Umsatzplus von 53 Prozent im Vergleich zum Auftakt der Vorsaison ist Sky Media Network erfolgreich in die Vermarktung der Bundesliga-Saison 2014/2015 gestartet. 82 Kunden darunter Bwin, Krombacher, Kia, Tipico und die Commerzbank haben ihr bisheriges Engagement zur neuen Saison verlängert und teilweise ausgebaut. Darüber hinaus konnte Sky Media Network zum ersten Spieltag bereits zwölf Neukunden, darunter Puma, Lebensmittelhersteller Layenberger, Vodafone und das Dienstleistungsnetzwerk Mail Boxes Etc. hinzugewinnen. Um das Bundesliga-Live-Umfeld für Werbekunden noch attraktiver und effizienter zu gestalten, wurde auf den bestehenden Werbeflächen umgebaut: Künftig stehen Kunden mehr Platzierungen im Live-Bild durch Live-Frames zur Verfügung sowie verstärkt Skyscraper und Werbecrawls in den Nachberichterstattung und in der Sendung „Alle Spiele Alle Tore“.

### Multiscreen-Vermarktung im Bundesliga-Umfeld wird ausgebaut

Zum Auftakt der neuen Saison hat Sky Media Network die systematische Vermarktung des mobilen Services Sky Go gestartet. Die Wettanbieter Bwin und Tipico nutzen die innovativen Flächen bereits und haben für diese Saison ihr Engagement weiter ausgebaut. Mit dem Automobilhersteller Kia und dem Spieleanbieter EA Sports konnten zwei weitere starke Partner hinzugewonnen werden. Die Multiscreen-Angebote Sky Go und Sky Anytime bieten Werbekunden künftig die Möglichkeit, ihre Marken konzertiert über alle Verbreitungswege eines Umfelds zu inszenieren. Aktuell sind im Web-Angebot Presentings und Pre-Rolls buchbar, ab Herbst ist die Platzierung von Werbung auch auf mobilen Endgeräten möglich. Auf der Dmexco am 10. und 11.09. in Köln kann man dies bereits live am Stand von Sky Media Network sehen und testen (Halle 7, Stand A035 A039).

Martin Michel, Geschäftsführer Sky Media Network: „Wir zeigen unseren Kunden, wie moderne Markenführung heute funktioniert: die crossmediale Multiscreen-Inszenierung eines Produkts rund um Premiuminhalte.“

## 2. Bundesliga mit Top-Reichweiten und Umsatzplus weiter auf Erfolgskurs

Die 2. Bundesliga ist auf Sky bereits am ersten Spieltag mit Top-Quoten stark in die neue Saison gestartet: Mit einer Kontaktsumme von durchschnittlich 1,54 Millionen bei den Zuschauern ab drei Jahren, 1,02 Millionen bei den 14 bis 59-Jährigen und 0,79 Millionen in der werberelevanten Zielgruppe der Männer zwischen 14 und 59 Jahren ist das Interesse an der 2. Bundesliga ungebrochen. Sky Media Network verzeichnet bei der Vermarktung zum ersten Spieltag ein deutliches Umsatzplus von 25 Prozent gegenüber dem Vorjahresauftakt. Bereits elf Neukunden sicherten sich zum Saisonstart der 2. Bundesliga ihre Werbeplätze im Live-Umfeld, darunter Expedia, Lebensmittelhersteller Layenberger und Degussa. 39 Bestandskunden verlängerten ihr Engagement der Vorsaison.

---

### Über Sky Media Network:

Sky Media Network ist einer der führenden Multiscreen-Vermarkter in Deutschland und führend im Bereich Pay-TV. 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, The Biography Channel, 13TH STREET, Syfy, FOX, E! Entertainment, Universal Channel, National Geographic Channel und NAT GEO Wild sowie der frei empfangbare Musiksender DELUXE MUSIC. Neben TV umfasst das Portfolio von Sky Media Network auch den mobilen Service Sky Go, das On-Demand-Angebot Sky Anytime sowie die Onlineplattform sky.de. Durch die Vielfalt der Verbreitungswege gilt Sky Media Network als Treiber für die Bewegtbild-Vermarktungsmodelle der Zukunft. Das hochwertige Programmangebot reicht von exklusivem Live-Sport über top-aktuelle Spielfilme und Serien bis hin zu Dokumentationen und Kinderformaten. Bei den Werbeformen 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:

Britta Krämer  
Business Communications / Corporate Communications  
Tel. +49 (0) 89-9958-6390  
britta.kraemer@sky.de