

## „Das Alles bekommst du nur mit Sky“: Neue Kampagne mit Elyas M'Barek setzt auf Exklusivität von Sky

- Marketingkampagne mit nationalen Print-, Display- und TV-Schaltungen setzt Live-Sport, Serien und Filme sowie die Produkte Sky On Demand, Sky Go, Sky Box Sets und Sky Ticket kreativ in Szene
- Sky Testimonial Elyas M'Barek mit Sky Experte Lothar Matthäus vor der Kamera
- Friedemann Flaig, Vice President Brand Communications bei Sky Deutschland: „Mit dem Besten aus Live-Sport, Film und Serie stellt die Kampagne unsere exklusiven Inhalte in den Mittelpunkt – und zeigt gleichzeitig, wie flexibel sie für jeden Geschmack nutzbar sind.“

Unterföhring, 5. Oktober 2017 – Die neue Marketingkampagne von Sky setzt auf Exklusivität. Mit dem Slogan „Das Alles bekommst du nur mit Sky“ bewirbt das Entertainment-Unternehmen die im deutschen Markt einmalige Kombination aus exklusivem Live-Sport, neuesten Filmen und den besten Serien, die der Zuschauer nur auf Sky bekommt. Mit dem Streamingdienst Sky Ticket bewirbt Sky zudem die Möglichkeit, die Progamminhalte auch ohne lange Vertragsbindung zu sehen. Für den [TV-Spot](#) stehen zwei prominente Gesichter vor der Kamera: Sky Testimonial Elyas M'Barek und Sky Experte Lothar Matthäus. Die Kampagne, die von der Münchner Agentur Serviceplan Campaign X kreiert und umgesetzt wurde, startet am 4. Oktober national in Print, TV, Kino und Digital.

### Die Kampagne

„Das Alles bekommst du nur mit Sky“: Neben klassischen Print- und Display-Schaltungen setzt die Kampagne auf Bewegtbild in nationalen Kinos und im TV. Der 35-sekündige Spot zur Kampagne zeigt Elyas M'Barek, der dank Sky die neuesten Filme kurz nach der Premiere und die neuesten Serien in kompletten Staffeln bequem auf dem TV oder mobil ansehen kann. Damit werden die Produkte Sky On Demand, Sky Go und Sky Box Sets kreativ in Szene gesetzt. Mit Wortwitz und einem Augenzwinkern zwischen Elyas M'Barek und Lothar Matthäus verweist die Kampagne außerdem spielerisch auf Sky Ticket – ohne lange Vertragsbindung.

Friedemann Flaig, Vice President Brand Communications bei Sky Deutschland: „Mit dem Besten aus Live-Sport, Film und Serie stellt die Kampagne unsere exklusiven Inhalte in den Mittelpunkt – und zeigt gleichzeitig, wie flexibel sie für jeden Geschmack nutzbar sind: ob linear oder on demand, zuhause oder unterwegs, im Abo oder mit Sky Ticket. Das bietet im deutschen Markt so nur Sky. Genau diese Botschaft bringt die Kampagne auf den Punkt, perfekt mit Elyas M'Barek und Lothar Matthäus inszeniert.“

Friedemann Flaig (37) ist seit März 2011 bei Sky Deutschland im Marketing tätig. Er war maßgeblich am Ausbau und der Weiterentwicklung des Bereichs Brand Communications beteiligt. Seit Juni 2017 verantwortet er als Vice President Brand



Communications die Markenkommunikation von Sky Deutschland und berichtet direkt an Arianna Saita, Senior Vice President Brand, Marketing & Communications.

## Hintergrund der Kampagne

- Die Kampagne läuft vom 4.10. bis 12.11.2017
- Kreation und Umsetzung: Serviceplan Campaign X / Geschäftsführer  
Kreation: Hans-Peter Sporer
- Regie: Simon Verhoeven
- Produktion: oki films / Neverest
- Post-Production: SNDY Digital
- Musik: Lemaitre fest. Jennie A.- „Closer“

---

## Über Sky Deutschland:

Mit 5 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. Über 22 Millionen Kunden in fünf Ländern sehen die exklusiven Programme von Sky, wann immer und wo immer sie wollen (Stand: Juli 2017).

## Kontakt für Medien:

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