



Anpfiff für die neue Spielzeit: Sky und PUMA starten umfassende Partnerschaft

- Unternehmensübergreifende Kooperation zur Aktivierung neuer Zielgruppen
- Partnerschaft umfasst die Bereiche Sportmarketing, Cross-Promotion und Media
- Kooperation startet mit exklusiver Ausrüster-Partnerschaft für den Sky Trikot-Shop und aufmerksamkeitsstarken Werbekampagnen in den Premium-Umfeldern von Sky

Unterföhring/Herzogenaurach, 1. September 2015 – Sky Deutschland und PUMA haben eine umfassende Partnerschaft in den Bereichen Sportmarketing, Cross-Promotion und Media geschlossen. Ziel der Kooperation ist es, durch eine intensive Vernetzung, die Bekanntheit und Glaubwürdigkeit beider Premium-Marken zu stärken sowie ähnliche und neue Zielgruppen zu aktivieren.

Zum Start haben beide Unternehmen eine exklusive Trikot-Partnerschaft vereinbart. PUMA bestückt den Sky Sportswear-Shop (www.sky-trikots.de) mit Fußball-, Handball- und Golf-Bekleidung. Ziel der Trikotkooperation ist, mit PUMA gemeinsam ein Sportswear-Angebot im Breitensport zu schaffen und die Zielgruppe über ein besonders attraktives und faires Angebot in ihrem Sportalltag zu begleiten. Fußballspieler und Handballer können PUMA Trikot-Sets ab 19,95 Euro erwerben. Sky Kunden erhalten exklusive Vorteilsrabatte auf alle Waren.

Thomas Medau, Director Sportmarketing Sky Deutschland AG: „Durch die Partnerschaft zwischen Sky und PUMA laden wir beide Marken weiter mit attraktiven Attributen wie Leistung und Premium-Qualität auf. Gemeinsam können wir noch intensiver die Möglichkeiten ausschöpfen, die beide Häuser auszeichnen. Bereits mit der aktuellen Aktion ‚Spiel des Lebens‘* zeigt Sky, dass wir uns für den Amateur- und Breitensport einsetzen.“

Im Rahmen der Partnerschaft hat PUMA zum Bundesligastart ein umfassendes Mediapaket gebucht. Während der Saison 2015/16 wird die Sportmarke damit insbesondere in allen wichtigen Fußball-Umfeldern auf Sky präsent sein und neue Produkte wie PUMAs leichtesten Fußballschuh evoSPEED SL mit Markenbotschafter Marco Reus vorstellen. Ausgewählte Kampagnen werden zudem je nach Zielgruppe im Bereich Sport und Entertainment platziert. Das vom Sky Vermarkter Sky Media Network entwickelte integrierte Kommunikationskonzept erstreckt sich dabei crossmedial über alle Plattformen und Medien. Es umfasst neben klassischen TV-Spots, kundenindividuellen Sonderwerbformen und Produktplatzierungen auch Integrationen auf Sky Go sowie den Social Media Kanälen von Sky.



Matthias Bäumer, Area General Manager PUMA DACH: „In Sky haben wir einen Premium-Partner gefunden, mit dem uns Kompetenz und Leidenschaft für Fußball und Sport verbindet. Die Zusammenarbeit bietet uns die perfekte Bühne, unser Leitbild als schnellste Sportmarke weltweit zu unterstreichen und die Sichtbarkeit unserer Produkthighlights in der sportbegeisterten Zielgruppe zu erhöhen. Wir freuen uns auf die erfolgreiche Umsetzung von gemeinsamen Kampagnen, Promotions und Events.“

* „Sky Spiel des Lebens“ ist eine bundesweite Aktion von Sky und ermöglicht zwei Amateurvereinen, sich zu bewerben und einmal wie Profis zu fühlen. Am 5. September wird ein offizielles Ligaspiel des Gewinnervereins mit Sky Kommentatoren, Sky Experten, Vor- und Nachberichterstattung, Interviews und Analysen wie ein Profi-Spiel der Fußball-Bundesliga produziert und live auf Sky Sport HD übertragen.

Über Sky Deutschland:

Mit rund 4,3 Mio. Kunden und einem Jahresumsatz von 1,8 Mrd. Euro ist Sky in Deutschland und Österreich Pay-TV-Marktführer. Das Programmangebot besteht aus Live-Sport, Spielfilmen, Serien, Kinderprogrammen und Dokumentationen. Sky Deutschland beschäftigt rund 2.600 Mitarbeiter und hat seinen Hauptsitz in Unterföhring bei München. Das Unternehmen ist Teil von Europas führender Unterhaltungsgruppe Sky plc (Stand: 30.06.2015).

Über PUMA:

PUMA ist eine der weltweit führenden Sportmarken, die Schuhe, Textilien und Accessoires designt, entwickelt, verkauft und vermarktet. Seit über 65 Jahren stellt PUMA die innovativsten Produkte für die schnellsten Sportler der Welt her. Zu PUMAs Performance- und sportlich-inspirierten Lifestyle-Produktkategorien gehören u.a. Fußball, Running, Training und Fitness, Golf und Motorsport. PUMA kooperiert mit weltweit bekannten Designer-Labels wie Alexander McQueen und Mihara Yasuhiro und bringt damit innovative und dynamische Designkonzepte in die Welt des Sports. Zur PUMA-Gruppe gehören die Marken PUMA, Cobra Golf, Dobotex und Brandon. Das Unternehmen vertreibt seine Produkte in über 120 Ländern und beschäftigt weltweit mehr als 10.000 Mitarbeiter. Die Firmenzentrale befindet sich in Herzogenaurach/Deutschland. Weitere Informationen finden Sie im Internet unter: <http://www.puma.com>

Kontakt für Medien:

Jens Bohl
Business Communications / Corporate Communications
Tel. +49 (0) 89 9958 6869
jens.bohl@sky.de
twitter.com/SkyDeutschland

Nicole Veen
PR/Media DACH

Medienmitteilung

info.sky.de



T +49 9132 81 2628
nicole.veen@puma.com