

Kia Motors verlängert Bundesliga-Engagement bei Sky / Erweiterung des Sponsorings auf mobiles Angebot Sky Go

- Kia setzt Bundesliga-Sponsoring auf Sky mit Testimonial Sebastian Hellmann fort
- Automobilhersteller geht mit neuen aufmerksamkeitsstarken Presenter-Motiven on air
- Martin Michel: „Das Sponsoring-Engagement von Kia ist ein schönes Beispiel dafür, wie moderne Markenführung heute funktioniert: die crossmediale Multiscreen-Inszenierung eines Produkts rund um Premiuminhalte.“

Unterföhring, 18. August 2014 – Kia Motors setzt sein Sponsoring-Engagement im Rahmen der Bundesliga bei Sky fort. Die Vermarktungstochter Sky Media Network konnte den Automobilhersteller bereits die dritte Saison in Folge für ein umfangreiches Presenting-Paket rund um die Bundesliga bei Sky gewinnen. Neu ist in diesem Jahr das Sponsoring des mobilen Angebots Sky Go, mit dem die Spiele live auf Endgeräten wie dem iPad, iPhone, iPod touch, PC oder der Xbox 360 verfolgt werden können.

Neben dem Co-Sponsoring der Live-Übertragung der Bundesliga inklusive Vor- und Nachberichterstattung umfasst das Sponsoring-Paket auch weiterhin das Titelpatronat des Talkformats „Sky90 – die Kia Fußballdebatte“. Hier werden jeden Sonntagabend ab 19:30 Uhr, direkt nach dem Abpfiff der letzten Partie, die Ereignisse des Spieltages analysiert. Außerdem präsentiert KIA erstmals einen Teil der Bundesliga-Live-Übertragungen im Online-TV-Angebot Sky Go. Darüber hinaus beinhaltet die Kooperation die Verlängerung des Product-Placements im Format „Sky Fußball-Taxi“. Dort interviewt Sport-Moderator Sebastian Hellmann prominente Gäste wie Bundesliga-Spieler oder Vereinsvertreter künftig in einem KIA Sorento. Zu sehen ist der Talk in der Bundesliga-Vorschau „Mein Stadion“, freitags um 22:45 Uhr.

Die Motive für das On-Air-Presenting, welches das Herzstück der Kampagne darstellen, wurden komplett neu gedreht, auch hier spielt Markenbotschafter Sebastian Hellmann eine wichtige Rolle und setzt verschiedene Kia-Features von verschiedenen Kia-Modellen wie dem Kia cee'd, Kia Soul und Kia Sportage humorvoll in Szene. Im Mittelpunkt der siebensekündigen Opener und Closer stehen dabei komfortable Ausstattungsdetails der Kia-Fahrzeugflotte wie Navigationsgeräte, Rückfahrkamera, ventilierbare Sitze, Smart Parking Assist System oder beheizbare Außenspiegel.

Martin Michel, Geschäftsführer Sky Media Network: „Zum Auftakt der neuen Saison starten wir mit der systematischen Vermarktung unseres mobilen Angebots Sky Go. Das Sponsoring-Engagement von Kia ist ein schönes Beispiel dafür, wie moderne Markenführung heute funktioniert: die crossmediale Multiscreen-Inszenierung eines Produkts rund um Premiuminhalte.“

„Die Bundesliga-Berichterstattung auf Sky ist von der Kompetenz und dem Umfang her unschlagbar“, sagt Axel Blazejak, Leiter Marketing von Kia Motors Deutschland.

„Deshalb freuen wir uns, diese Kooperation fortzuführen – zumal Kia und Sky auch von ihrer dynamischen Markenentwicklung her gut zusammen passen.“

Verantwortlich für die Presenter-Spots ist die Kia-Leadagentur Innocean Worldwide Europe, produziert wurden sie von Cineblock Media. Entwickelt wurde das crossmediale Multiscreen-Konzept von der Kreativ-Unit Brand Consulting von Sky Media Network.

Mit seinen neuen Multiscreen-Vermarktungsangeboten „Sky Go“ und „Sky Anytime“ ist Sky Media Network auch erstmalig auf der dmexco in Köln vertreten (Halle 7, A035 A039).

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 70 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 den frei empfangbaren 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 Programm-Angebot reicht von exklusivem Live-Sport über top-aktuelle Spielfilme und Serien bis hin zu Kinderformaten und Dokumentationen. Bei den Werbeformaten 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