

Sky Vermarkter erweitert sein Portfolio um drei neue Sender

- **Fox, National Geographic und Nat Geo Wild bieten den Werbekunden preisgekrönte Programmumfelder und hochwertige Zielgruppen**
- **PMS baut Position als Marktführer für Qualitätsfernsehen weiter aus**

Unterföhring, 12. August 2011. Der Sky Vermarkter Premium Media Solutions (PMS) erweitert sein Portfolio um drei prominente Zugänge und stärkt seine Position als Vermarkter von Qualitätsfernsehen im deutschen TV-Werbemarkt. Mit den Seriensender Fox und den Dokumentationssendern National Geographic und Nat Geo Wild übernimmt PMS ab sofort den Werbezeitenverkauf von drei renommierten und anerkannt starken Sender-Marken.

Mit ihrer hohen und preisgekrönten Programmqualität in den Genres Serien, Information und Dokumentation besitzen die drei Neuzugänge ein eindeutiges Profil mit hochwertigen Programmumfeldern und klar umrissenen Zielgruppen. So wird das Zielgruppen-Angebot der PMS, das im deutschen TV-Werbemarkt vor allem bei den Kriterien Einkommen und Bildung die mit Abstand höchsten Affinitäten und besten Leitungswerte aufweist, insgesamt weiter gestärkt. Neben Sky Deutschland, Sky Österreich und dem Kulturkanal Arte betreut PMS damit jetzt 13 Themensender, die als Partner-Channels auf der Sky Plattform ausgestrahlt werden.

Mit den drei neuen Sendern, die neben dem SD-Standard bei Sky zudem auch in echtem HD ausgestrahlt werden, bietet die PMS ihren Werbekunden hervorragende Programmumfelder. Als Seriensender setzt Fox vor allem auf internationale und preisgekrönte Top-Serien und deutsche Erstausstrahlungen wie „Mad Men“ „The Big C.“ oder die Endzeitsaga „The Walking Dead“.

National Geographic legt seinen programmlichen Fokus schwerpunktmäßig auf innovative Dokumentationen und Informationssendungen rund um die Themen Wissenschaft, Geschichte, Natur und Technik. Nat Geo Wild bietet mit seinen einzigartigen Dokumentationen faszinierende Einblicke in die Natur und die Welt der Tiere. Die Programme der drei Sender werden zum großen Teil auch im Zweikanalton (deutsch-englisch) ausgestrahlt.

Neben den qualitativ hochwertigen Umfeldern und Zielgruppen der drei Sender bietet die PMS seinen Werbekunden das komplette Spektrum seiner Werbemöglichkeiten: vom klassischen Spot über das breite Spektrum an Sonderwerbformen wie Sponsoring oder Gewinnspiel bis zu den kundenindividuellen Kommunikationskonzepten.

Das Vermarktungsportfolio der PMS umfasst jetzt: Sky, Deutschland, Sky Österreich und Arte sowie die 13 Partnersender TNT Film, TNT Serie, Cartoon Network, Boomerang, HISTORY, The Biography Channel, 13TH Street Universal, Syfy Universal, Motorvision TV, MGM Channel, Fox, National Geographic und Nat Geo Wild.

Dr. Andrea Malgara, Geschäftsführer PMS: „Mit Fox, Nat Geo und Nat Geo Wild haben wir unser Portfolio weiter konsequent ausgebaut. Die qualitativ sehr hochwertige Positionierung der drei Sender stärkt unsere Marktposition als ausgewiesener Vermarkter von Qualitätsfernsehen sehr deutlich und nachhaltig. Deshalb freuen wir uns auf die künftige Zusammenarbeit und eine erfolgreiche Vermarktung.“

Mirjam Laux, Managing Director Fox International Channel:

„Mit PMS als Vermarktungspartner bieten wir unseren Werbekunden eine professionelle und serviceorientierte Beratung bei unserem Werbezeitenverkauf. Durch einfachere Prozesse können wir unseren gemeinsamen Kunden zukünftig noch besser betreuen. Dank der Vermarktung über PMS haben wir nun die Möglichkeit, uns auf die Erweiterung unseres Werbeangebots, sowie die Entwicklung kreativer Konzepte zu konzentrieren.“

Diese Meldung ist im Internet unter www.premium-solutions.de abrufbar.

Kontakt:

Britta Krämer

Kommunikation

Tel. +49 89 / 99 58 – 7167

britta.kraemer@premium-solutions.de