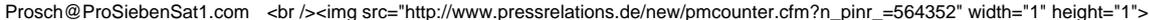




ProSiebenSat.1 holt Talenhouse nach Deutschland

ProSiebenSat.1 holt Talenhouse nach Deutschland - Konzerntochter Starwatch Entertainment beteiligt sich an der amerikanischen "Plattform für kreative Zusammenarbeit" - Erweiterung des Vermarktungsportfolios im Wachstumsbereich Social Media - Die ProSiebenSat.1 Group baut ihr Digital-Geschäft weiter aus: Mit Talenhouse, Betreiber der gleichnamigen Online-Plattform, holt der Münchner Medienkonzern ein erfolgreiches Angebot aus den USA nach Deutschland und erwirbt eine Minderheitsbeteiligung an dem Unternehmen aus Los Angeles. Talenhouse ist eine weltweite Plattform für kreative Zusammenarbeit, auf der aufstrebende Talente, etablierte Künstler und Unternehmen zusammenfinden. Das Netzwerk bietet Marken die einzigartige Möglichkeit, ihre Produkte zu inszenieren und in Dialog mit kreativen Meinungsbildnern, wie etwa Künstlern, Designern, Musikern, Filmemachern oder Fotografen zu treten. So wurde beispielsweise mit Adidas anlässlich der Expansionen in das Sonnenbrillen-segment eine kreative Kampagne durchgeführt, bei der nahezu 2.000 Kreative ihre Vorschläge für Sonnenbrillendesigns eingereicht haben. Drei Designs gingen anschließend in die Produktion und sind nun erhältlich. Insgesamt erreichte die Kampagne 36 Millionen Menschen. ProSiebenSat.1 erweitert mit Talenhouse sein Portfolio um einen innovativen Ansatz, den neben Adidas bereits zahlreiche weitere global agierende Unternehmen erfolgreich in ihre Markenkommunikation aufgenommen haben, wie beispielsweise Procter & Gamble, Coca-Cola, Microsoft, Dolce & Gabbana, Samsung, Kleenex, HP, Intel und auch Volkswagen. Kennzeichnend für alle ist der direkte Austausch via Social-Media-Kanäle zwischen Nutzern und Marken, der durch kommunikative Effekte wie virale Verbreitung, Word-of-Mouth und Peer-to-Peer Empfehlungen angetrieben wird. ProSiebenSat.1 erwirbt die Beteiligung an Talenhouse über Starwatch Entertainment, dem hauseigenen Musik- und Live-Entertainment-Unternehmen. Mit seinem Portfolio an zahlreichen nationalen und internationalen Musikern und Künstlern verfügt Starwatch über ein etabliertes und breites Netzwerk in der Kreativ- und Unterhaltungsbranche und ist damit zentrale Schnittstelle zwischen kreativer Community und Markeninszenierung. Dr. Christian Wegner, Digitalvorstand von ProSiebenSat.1: "Talenhouse ermöglicht Marken den direkten Dialog mit einer besonders interessanten Zielgruppe bei gleichzeitiger Einbindung in den frühen Prozess der Produktentwicklung. Das ist einzigartig." Wegner weiter: "Talenhouse ist damit nach der Shopping-App 'Shopkick' bereits die zweite Import-Vereinbarung für ProSiebenSat.1 aus den USA in diesem Jahr. Damit setzen wir unsere Strategie fort, uns an erfolgreichen digitalen Unternehmen zu beteiligen und deren Markteintritt nach Europa aktiv zu gestalten." Roman Scharf, Co-CEO und Gründer von Talenhouse: "ProSiebenSat.1 ist das führende TV-Unternehmen in Deutschland und eines der stärksten Medienhäuser in Europa. Die Partnerschaft ist für Talenhouse eine einzigartige Chance, seine Community im deutschsprachigen Raum zu erweitern und mit Unternehmen einzigartige Vermarktungskonzepte umzusetzen. Die Reichweite und der Zugang zu Marken und Kreativen im TV und der digitalen Welt werden das Wachstum von Talenhouse nachhaltig beschleunigen." Ansprechpartner: Matthias Bohlig Senior Manager Communications ProSiebenSat.1 Media AG Medienallee 7 D-85774 Unterföhring Tel. +49 [0]89 95 07-2344 Fax +49 [0]89 95 07-92344 E-Mail: Matthias.Bohlig@ProSiebenSat1.com Markus Prosch Leiter Kommunikation Sales Diversifikation ProSiebenSat.1 Media AG Medienallee 7 D-85774 Unterföhring Tel. +49 [0]89 95 07-8920 Fax +49 [0]89 95 07-8826 E-Mail: Markus.Prosch@ProSiebenSat1.com 

Pressekontakt

ProSiebenSat.1 Media AG

85767 Unterföhring

Matthias.Bohlig@ProSiebenSat1.com

Firmenkontakt

ProSiebenSat.1 Media AG

85767 Unterföhring

Matthias.Bohlig@ProSiebenSat1.com

Die ProSiebenSat.1 Group ist eines der führenden Medienhäuser in Europa. Wir erreichen mit unseren TV-Sendern in Deutschland, Österreich und der Schweiz über 41 Millionen TV-Haushalte. Werbefinanziertes Free-TV ist unser Kerngeschäft. Außerdem gehört neben einem starken Digital- und Ventures-Portfolio ein internationales Produktionsnetzwerk zu unserer Gruppe. Damit steht ProSiebenSat.1 auf einer breiten und stabilen Umsatz- und Ergebnisbasis. Unsere Free-TV-Sender SAT.1, ProSieben, kabel eins, sixx und SAT.1 Gold sind komplementär aufgestellt und erreichen alle kommerziell relevanten Zielgruppen im deutschsprachigen Raum. Mit unseren erfolgreichen Sendern und reichweitenstarken digitalen Angeboten sind wir der führende Bewegtbild-Vermarkter in Deutschland. Unsere digitalen Aktivitäten reichen von Deutschlands größter Online-Videothek maxdome, der Online-Plattform MyVideo über die Online-Spiele von ProSiebenSat.1 Games bis zur SevenVentures GmbH, die über Media-Investments ein attraktives Beteiligungsportfolio aufbaut. Außerdem besitzen wir mit Starwatch ein unabhängiges Musiklabel. Über die Red Arrow Entertainment Group produzieren wir internationale TV-Programme und verkaufen sie an Fernsehsender weltweit. Red Arrow ist mit 18 Produktionsfirmen in neun Ländern vertreten. Unser Hauptsitz befindet sich in Unterföhring bei München. Die ProSiebenSat.1 Media AG wurde im Jahr 2000 gegründet. Der Konzern ist börsennotiert und beschäftigt über 3.000 Mitarbeiter in zwölf Ländern.