Medienmitteilung

sky MEDIA

skymedia.de

Mawaii gewinnt das Finale des Startup-Wettbewerbs "Welcome new TV brands" von Sky Media

- Sonnencremehersteller gewinnt Mediavolumen im Wert von 100.000 Euro im Umfeld der smart beach tour 2016
- Vermarktungskonzept mit Mischung aus Authentizität, Marken-Fit und Witz überzeugt die prominent besetzte Jury
- Wolfram Winter: "Die Jury hat sich schließlich für Mawaii als Sieger entschieden, da das Produkt – Sonnenschutz – sehr gut zum Thema und den Bedingungen vor Ort passt. Das Konzept zur Markeninszenierung hat den Entertainmentfaktor, den wir für die Spielpausen der smart beach tour suchen."

Unterföhring, 10. März 2016 – Der Gewinner des Startup-Wettbewerbs "Welcome new TV brands" von Sky Media steht fest. Die prominent besetzte Jury rund um Wolfram Winter, Executive Vice President Communications & Public Affairs & Advertising Sales Sky Deutschland wählte den Sonnencremehersteller Mawaii unter rund sechzig Mitbewerbern auf Platz Eins. Aufgabe des Wettbewerbs war es, ein ausgefallenes Vermarktungskonzept für eine Präsenz der eigenen Marke auf der smart beach tour zu entwickeln. Die smart beach tour ist die drittgrößte nationale Beach-Volleyball-Serie der Welt und wird seit 2013 von Sky Media vermarktet. Das Podium vervollständigten der Frozen-Yogurt-Hersteller Purefood und die Online-Wellness-Plattform Homezen.

Im Münchner "Beach38°" präsentierten die drei Finalisten ihr Vermarktungskonzept live vor der hochkarätig besetzten Jury, der neben Wolfram Winter auch Gründerszene-Chefredakteur Frank Schmiechen, w&v-Chefredakteur Dr. Jochen Kalka, Mediaplus-Geschäftsführerin Regina Schwob, Beach-Volleyball-Olympiasieger und Markenbotschafter der smart beach tour Julius Brink und Dr. Carsten Rudolph, Geschäftsführer der BayStartUp GmbH angehörten. Die Mawaii-Gründer Daniel und Michael Rintelmann stellten ihr rundes Konzept, eine "sommerliche Promotion-Aktion" vor, die mit einem Mix aus Unterhaltung und Aufklärung über die Risiken der UV-Strahlungen überzeugte. Zudem begeisterte die Jury das Produkt selbst, die breite Zielgruppe die damit angesprochen wird und die hohe Authentizität der Brüder.

Der Sonnencremehersteller Mawaii hat sich zum Ziel gesetzt, eine hautfreundliche, pflegende Sonnencreme zu entwickeln, um den extremen Anforderungen und Bedingungen im Outdoor-Sport gerecht zu werden. Den Gründern ist es ein Anliegen über die Gefahren der UV-Strahlung und dem damit verbunden Hautkrebsrisiko zu informieren.

Wolfram Winter: "Unser Wettbewerb und die damit verbundene Chance, sich auf einer der attraktivsten Plattformen im deutschen Spitzensport zu präsentieren und die Bekanntheit der Marke zu steigern, hat großes Interesse hervorgerufen. Deshalb war die Entscheidung auch nicht leicht, da es eine Vielzahl von

Medienmitteilung



skymedia.de

ausgezeichneten Ideen und Präsentationen gab. Die Jury hat sich schließlich für Mawaii als Sieger entschieden, da das Produkt – Sonnenschutz – sehr gut zum Thema und den Bedingungen vor Ort passt. Das Konzept zur Markeninszenierung hat den Entertainmentfaktor, den wir für die Spielpausen der smart beach tour suchen."

Frank Schmiechen: "Wir haben drei tolle Startups gesehen, die den Besuchern der smart beach tour einen echten Mehrwert liefern. Die Sieger von Mawaii haben sich vorgenommen, die beste Sonnencreme für Sportler zu entwickeln. Groß gedacht. Respekt. Und gut umgesetzt."

Dr. Jochen Kalka: "Besonders positiv überrascht hat mich, wie viel Gründergeist und Überzeugungskraft in der jungen Generation steckt. Ich bin mir sicher, dass wir alle drei Finalisten in fünf Jahren als große Marken in ihrem Segment erleben werden."

Regina Schwob: "Erstaunlich mit welcher Energie und Leidenschaft alle drei Startups ihre Konzepte vorgetragen haben. Sie konnten alle eindrucksvoll darstellen, wie weit die Distribution und Vertriebswege der Jungunternehmen bereits ausgebaut sind. Der Wettbewerb hat großen Spaß gemacht."

Julius Brink: "Der spannende Finaltag war eine gelungene Abrundung des gesamten Wettbewerbs. Mich hat begeistert mit welchen Ideen und Pioniergeist die Startups aufgetreten sind. Alle drei Startups haben mich überzeugt und ich freue mich, sie auf der smart beach tour wiederzusehen."

Dr. Carsten Rudolph: "Wettbewerbe wie "Welcome new TV brands" bieten eine hervorragende Chance für Startups, sich zu präsentieren. Die smart beach tour wird den jungen Unternehmen sicherlich einen wesentlichen Anschub ihrer Unternehmensentwicklung geben."

Startup-Wettbewerb "Welcome new TV brands" und die smart beach tour Bereits Ende des vergangenen Jahres hat Sky Media Jungunternehmen dazu aufgerufen, sich mit einer ausgefallenen Idee für die Iszenierung der eigenen Marke auf der smart beach tour zu bewerben. Der Sieger des Wettbewerbs erhält ein Mediavolumen in Höhe von 100.000 Euro auf den Plattformen der smart beach tour 2016, der weltweit drittgrößten nationalen Beach-Volleyball-Turnierreihe nach entsprechenden Serien in Brasilien und den USA. Beach-Volleyball hat sich mittlerweile als wichtige olympische Disziplin etabliert. Vor dem Hintergrund der Olympischen Sommerspiele 2016 in Brasilien wird die Trendsportart in diesem Jahr besondere Beachtung finden. Auch 2016 hat Deutschland wieder Chancen auf Medaillen – denn die Olympiahoffnungen Matysik / Erdmann und Ludwig / Walkenhorst haben das Potenzial, Spitzenplatzierungen zu belegen und die Erfolgsgeschichte Brink / Reckermann aus dem Jahr 2012 fortzuschreiben.

Die Tour wird von Mai bis September in neun verschiedenen Städten (Münster, Hamburg, Jena, Dresden, Binz, St. Peter-Ording, Nürnberg, Kühlungsborn, Timmendorfer Strand) ausgerichtet und bietet eine gelungene Mischung aus Strand- und City-Locations. Mit rund 330.000 Zuschauern während der Tour erreicht die Beach-Volleyball-Serie hohe Live-Zuschauerzahlen und bietet vielen

Medienmitteilung skymedia.de



Aktivierungs- und Sales-Möglichkeiten für Marken. Weitere Informationen unter smart-beach-tour.tv

Über Sky Media:

Sky Media ist einer der führenden Multiscreen- und Digitalvermarkter in Deutschland. Das Tochterunternehmen von Sky Deutschland verantwortet den Werbezeitenverkauf von über 25 exklusiven TV-Sendern – darunter neben allen Bewegtbild-Angeboten von Sky auch 15 Partnerkanäle – und die Vermarktung des mobilen Service Sky Go, des Abrufdiensts Sky On Demand sowie der Onlineplattform sky.de. Mit einem 360-Grad-Angebot über sämtliche Verbreitungswege – TV, Online, Mobile, Out-of-Home – setzt Sky Media im Markt Maßstäbe für die aufmerksamkeitsstarke Inszenierung von Marken und gilt als einer der wichtigsten Treiber für die Vermarktungsmodelle der Zukunft. Mehr Infos unter www.skymedia.de.

Kontakt für Medien:

Alexandra Fexer
Business Communications / Corporate Communications
Tel. +49 (0) 89 9958 6034
alexandra.fexer@sky.de
twitter.com/SkyDeutschland
twitter.com/SkyMediaDE