

## Gänsehaut für die Ohren: Sky wirbt umfangreich zum Start der Musik-Entertainment-Show „X Factor“

- Print-, DOOH-, OOH-, Online- und Digital-Maßnahmen sowie Social-Media-Adaptionen sorgen crossmedial für hohe Aufmerksamkeit
- Arianna Saita, Sky Deutschland: „Die Marketingkampagne bringt auf den Punkt, was ‚X Factor‘ ausmacht“
- Musik-Entertainment-Show „X Factor“ ab 27. August exklusiv auf Sky 1 und Sky Ticket

Unterföhring, 20. August 2018 – Ab sofort bewirbt Sky den Start von „X Factor“, einer der weltweit erfolgreichsten Musik-Entertainment-Shows mit der emotionalisierenden Headline „Gänsehaut für die Ohren“. Die von Sky Creative konzipierte Marketingkampagne startet heute umfangreich und wirbt in Deutschland und Österreich crossmedial für die am 27. August exklusiv auf Sky startende Show.

### Die Kampagne

Die Marketingkampagne fokussiert stark die digitalen Kanäle und bedient sich dabei spielerisch dem zentralen Leitmotiv: „Gänsehaut für die Ohren“. Zum Auftakt von „X Factor“ prägen die Kampagne neben klassischen überregionalen Print-, Digital- und D/OOH-Schaltungen auch Content-Marketing-Maßnahmen rund um das Thema „Wer hat das Zeug zum Weltstar?“ auf Online-Video-Plattformen und via Social Media. Im Mittelpunkt der Maßnahmen stehen zunächst die Juroren und ihre Suche nach dem Top-Talent. Im Verlauf der Ausstrahlungen wird sich zunehmend auf die Kandidaten fokussiert. Dabei werden verschiedene, kreative Elemente zu den Auditions, Chair Challenges und Live Shows konzipiert, welche die unterschiedlichen Phasen der Show interaktiv und immer wieder mit neuen Elementen begleiten. Darunter etwa ein Juroren-Persönlichkeitstest oder ein Instagram-Story-Live-Event mit Iggy von Lions Head.

Arianna Saita, Senior Vice President Marketing bei Sky Deutschland: „Mit ‚X Factor‘ starten wir unsere erste große eigenproduzierte Musik-Entertainment-Show. Die dazugehörige Marketingkampagne bringt auf den Punkt, was ‚X Factor‘ ausmacht: Spannung, Emotion, eine hochwertige Produktion und eine persönlichkeitsstarke Jury auf der Suche nach echten Weltstars.“

### Hintergrund der Kampagne

- Kampagnenidee und Konzeption stammen von Sky Creative
- Produktion: Sky Creative
- Media Agentur: Mediacom
- Social Media: Sky, Upljft, Ufa X

Exklusiv auf Sky 1 oder mit Sky Ticket können Sky Kunden ab 27. August die Juroren Jennifer Weist, Thomas Anders, Sido und Lions Head alias Iggy auf der Suche nach

den Musikstars von morgen begleiten. Weitere Informationen zur Show unter <http://www.sky.de/xfactor>

## **Über „X Factor“:**

Bei „X Factor“ treten die talentiertesten Musiker Deutschlands in vier Kategorien gegeneinander an und versuchen die prominente Jury und das Publikum von sich zu überzeugen. Dabei erhalten nicht nur weibliche und männliche Solokünstler jeder Altersgruppe, sondern auch Duette und Bands die Chance auf eine musikalische Karriere. Die Kandidaten müssen neben musikalischem Talent auch das gewisse Etwas haben – den X Factor. Auch die Jury stellt sich einer besonderen Herausforderung: Die Juroren, allesamt erfahrene Profis aus dem Musikgeschäft, werden im Verlauf der Show zu Mentoren der Kandidaten und kämpfen für ihre Favoriten. Damit treten auch die Jurymitglieder untereinander in einen Wettbewerb. Die Musikprofis verhelfen mit ihrem Know-how den Kandidaten zum perfekten Auftritt, treffen mit ihnen künstlerische Entscheidungen und kämpfen darum, dass ihr Act die Show im großen Finale gewinnt.

„X Factor“ ist eine der erfolgreichsten Musik-Castingshows der Welt und lief bereits in 52 Ländern weltweit. Darunter England, Australien, Belgien, Russland, Niederlande, Spanien, Italien, Frankreich, USA, Japan und Brasilien. Entwickelt wurde die Show 2004 von Simon Cowell, aus dessen Feder auch das erfolgreiche FremantleMedia-Format „Got Talent“ stammt. „X Factor“ hat wie kein anderes Musik-Format Weltstars wie Leona Lewis, Alexandra Burke, Olly Murs, James Arthur und One Direction hervorgebracht. In Deutschland wird das Format von UFA Show & Factual produziert.

---

## **Über Sky Deutschland:**

Mit rund 5,2 Millionen Kunden und einem Jahresumsatz von 2,3 Milliarden Euro gehört Sky in Deutschland und Österreich zu den führenden Entertainment-Unternehmen. Das Programmangebot besteht aus Live-Sport, Spielfilmen, Serien, Shows, Kinderprogrammen und Dokumentationen. Sky Deutschland mit Hauptsitz in Unterföhring bei München ist Teil von Europas führender Unterhaltungsgruppe Sky plc. Über 23 Millionen Kunden in sieben Ländern sehen die exklusiven Programme von Sky, wann immer und wo immer sie wollen (Stand: Juni 2018).

## **Kontakt für Medien:**

Alexandra Fexer  
Manager Corporate Communications  
Tel. 089 9958 6034  
alexandra.fexer@sky.de  
twitter.com/SkyDeutschland