

## Sky Media Network konzipiert erstmals Branded Entertainment-Format für Werbekunden

- Sky Vermarkter konzipiert für Tipico die Abendshow „Der Goldene Ball – Einer wird Millionär“
- Quiz- und Spielshow löst die deutschlandweite Marketing-Kampagne von Tipico auf und ist live über Satellit und Kabel sowie per Live-Stream im Internet frei empfangbar
- Marco Winkler, Sky Media Network: „Mit Branded Entertainment haben wir einen neuen Weg in der Vermarktung auf Sky eingeschlagen“

Unterföhring, 06. Juni 2014 – Sky Media Network, die Vermarktungsgesellschaft des Entertainment-Unternehmens Sky Deutschland, hat gemeinsam mit der Sky Sportredaktion erstmals eine abendfüllende Live-Unterhaltungsshow als Branded Entertainment-Format für einen Werbekunden auf Sky konzipiert. Die Quiz- und Spielshow „Der Goldene Ball – Einer wird Millionär“ löst am 8. Juni die vorangegangene vierwöchige Marketing-Kampagne des Sportwettenanbieters Tipico auf.

Seit Anfang Mai rief Tipico bundesweit dazu auf, 10.000 in ganz Deutschland versteckte goldene Bälle zu suchen. Die Finder konnten sich mit dem auf jedem Ball befindlichen Code und einem Selfie-Upload – einem selbstaufgenommenen Bild von sich und ihrem goldenen Ball – online bewerben, um als Teilnehmer der Show die Chance auf den Gewinn von 1 Million Euro zu erhalten.

Das Branded Entertainment-Konzept integriert die goldenen Bälle als Product Placement und zentralen Bestandteil der Action- und Geschicklichkeitsspiele in den redaktionellen Ablauf der Sendung, mit deren Hilfe am Ende auch der Millionen-Gewinner ermittelt wird. Die Show verbindet die Auflösung der bundesweiten Marketing-Kampagne und transportiert die Brand und das Image von Tipico als Entertainmentmarke. Der TV-Auftritt wird begleitet von einem umfangreichen Paket flankierender, crossmedialer Kommunikationsmaßnahmen; dazu zählen ein Gewinnspiel für Sky Kunden auf Facebook, die Integration in die Sky Kundenkommunikation wie Newsletter und die kundenindividuell gestaltete Microsite [sky.de/goldenerball](http://sky.de/goldenerball).

Marco Winkler, Director Brand Consulting bei Sky Media Network: „Mit Branded Entertainment haben wir einen neuen Weg in der Vermarktung auf Sky eingeschlagen. Das maßgeschneiderte Konzept für Tipico integriert den Kunden redaktionell und transportiert dabei seine Marke emotional in ein hochwertiges Unterhaltungskonzept im Premium-Umfeld von Sky.“

Die Show wurde als Branded Entertainment-Format von der Kreativ-Unit Brand Consulting von Sky Media Network gemeinsam mit der Sky Sportredaktion konzipiert und ist eine Eigenproduktion der Sky Fernsehen GmbH & Co. KG.

## Die Show

Die Show ist am Sonntag, den 8. Juni ab 22:15 Uhr im Anschluss an die Live-Übertragung des Formel-1-Grand-Prix aus Montreal auf Sky frei empfangbar sowie im freien Live-Stream auf [sky.de/goldenerball](http://sky.de/goldenerball) zu sehen. Auf Sky Sport HD 1 wird die Show via Satellit unverschlüsselt ausgestrahlt und damit für alle Sky Kunden und auch für Nicht-Abonnenten in Deutschland und Österreich, die die technischen Empfangsvoraussetzungen erfüllen, frei empfangbar sein. Für Kabelkunden ist dafür eine Smartcard von Sky oder eines deutschen Kabelnetzbetreibers notwendig. Neben dem Millionen-Gewinner haben alle Fernsehzuschauer in Deutschland die Chance, per Telefonanruf 100.000 Euro zu gewinnen. Durch die Sendung führen Esther Sedlaczek und Collien Ulmen-Fernandes mit der Unterstützung der prominenten Gästen Oliver Kahn, Aílton, Ansgar Brinkmann, Gülcan Kamps und Alena Gerber.

---

## Über Sky Media Network:

Als führende Vermarktungsgesellschaft im Bereich Pay-TV in Deutschland verantwortet die Sky Media Network GmbH den Werbezeitenverkauf für Sky Deutschland und 15 Network Channels sowie für den frei empfangbaren Musiksender Deluxe Music HD. Das medienübergreifende Portfolio der 100-prozentigen Tochtergesellschaft der Sky Deutschland Fernsehen GmbH & Co. KG umfasst exklusive Live-Sport-Events wie zum Beispiel die Fußball-Bundesliga, erstklassige Film- und Serienserender, den mobilen Service Sky Go, das On-Demand-Angebot Sky Anytime sowie die Onlineplattform [sky.de](http://sky.de). Das Mediaangebot umfasst klassische Kampagnen, crossmediale Konzepte mit den Verbreitungswegen TV, online, mobile, on demand und on the ground durch hochwertige Event-Platzierung sowie die Vermarktung von Persönlichkeiten aus Sport und Entertainment.

## Kontakt für Medien:

Britta Krämer  
Business Communications / Corporate Communications  
Tel. +49 (0) 89-9958-6390  
[britta.kraemer@sky.de](mailto:britta.kraemer@sky.de)