

## Drei Auszeichnungen für FOX und National Geographic bei den 19. Internationalen Eyes & Ears Awards 2017

- **Erster Preis für FOX in der Kategorie „Beste digitale Innovation“**
- **National Geographic gewinnt mit MARS den 1. Preis in den Kategorien „Beste crossmediale Programm-Kampagne“ und „Beste Online-Werbung“**

München, 25. Oktober 2017 – Die Fox Networks Group gewinnt bei den 19. Internationalen Eyes & Ears Awards 2017 mit den Sendern National Geographic und FOX drei Preise. Jeweils den ersten Preis erhielt National Geographic für „Mars“ in den Kategorien „Beste Online-Werbung“ sowie „Beste crossmediale Programm-Kampagne“. FOX und RTL II wurden für die das Facebook Live Game im Rahmen von „The Walking Dead“ in der Kategorie „Beste digitale Innovation“ ausgezeichnet.

### Über das Facebook Live Game

Anlässlich der Ausstrahlung der sechsten und siebten Staffel von „The Walking Dead“ im November 2016 setzten RTL II und FOX ihre erfolgreiche Kooperation aus 2015 fort. Im Mittelpunkt der Social-Media-Marketingkampagne standen die Fans. Sie konnten erstmals in Deutschland interaktiv an einem Live Game auf Facebook teilnehmen und so mitten in die Welt der Beißer eintauchen.

Die YouTube-Stars Jarow und Kurono waren in einer postapokalyptischen „The Walking Dead“-Welt voller Beißer gefangen und wurden jeweils von ihren Mitstreitern getrennt. Ihre Mission: den Weg zurück zur Gruppe finden. Diesen Kampf ums Überleben konnten die Fans nicht nur live mitverfolgen, sondern in Echtzeit dabei sein, die Handlungen der beiden beeinflussen und ihnen mit ihren Tipps helfend zur Seite stehen. Das Game lief am 2. und 4. November 2016 über die Facebook-Kanäle von FOX und RTL II. Es erzielte Mehrere Millionen Live-Views, fast 100.000 Live-Engagements und eine Gesamtreichweite von über 100 Millionen.

Leitung der „The Walking Dead“-Kampagne: Carlos Zamorano, Direktor Marketing & Kommunikation RTL II; Tina Wiesner, Leiterin Marketing Kreation & Werbung RTL II; Karin Zipperling, Director Marketing & Creative Services Fox Networks Group Germany; Stefan Wenhart, Digital Marketing Manager Fox Networks Group; Katrin Kilianski, Social Media Director achtung!

### Preise für National Geographic

National Geographic gewann mit „Mars“ den ersten Preis in der Kategorie „Beste crossmediale Programm-Kampagne“. In einer Zusammenarbeit mit der Europäischen Weltraumbehörde ESA entstanden Web-Spots mit Astronauten, die über die Themen 'Gefahren und Prozesse der Raumfahrt' und 'Planet Mars und seine Kolonisation' berichteten. In der Mall of Berlin wurde ein interaktives Mars-Konsumentenerlebnis aufgebaut, bei dem die Besucher wie ein Astronaut trainieren und für ein Foto posieren konnten. Und auf Immoscout wurde eine Sonderanzeige für eine Wohnung auf dem Mars geschaltet, die interaktiv besichtigt werden konnte.

Leitung der „Mars“-Kampagne: Karin Zipperling, Director Marketing & Creative Services Fox Networks Group Germany; Rebecca Gauss, Senior Marketing Manager Fox Networks Group Germany; Nicholas Economides, Creative Manager Fox Networks Group Germany; Stefan Wenhart, Digital Marketing Manager Fox Networks Group Germany; Sarina Baumann, Trade Marketing Coordinator Fox Networks Group Germany.

# MEDIENMITTEILUNG



Außerdem wurde National Geographic für die innovative Sonderanzeige auf Immoscout 'Space Loft auf dem Mars' ausgezeichnet. In der Kategorie „Beste Online-Werbung“ gewann das Team bestehend aus Karin Zipperling, Director Marketing & Creative Services Fox Networks Group Germany und Rebecca Gauss, Senior Marketing Manager Fox Networks Group Germany, den ersten Preis für die Dokumentations-Reihe „Mars“.

## Für Rückfragen

Pia Halbig  
PR & Kommunikation  
FOX NETWORKS GROUP GERMANY GmbH  
Tel: +49 89 2030 49120  
[pia.halbig@fox.com](mailto:pia.halbig@fox.com)

## Über FOX NETWORKS GROUP GERMANY GmbH

Fox Networks Group ist das internationale Multimedia-Geschäft der 21st Century Fox. Das Medienunternehmen entwickelt, produziert und vertreibt weltweit über 300 TV-Sender aus den Bereichen Entertainment, Dokumentation, Sport, Lifestyle und Film. Die Sender werden in 45 Sprachen in Europa, Afrika, Südamerika, Asien und Australien ausgestrahlt und erreichen täglich 1,7 Milliarden Zuschauer. Im deutschsprachigen Raum betreibt das Unternehmen die Pay-TV Sender FOX, National Geographic, Nat Geo Wild und Baby TV. Die Sender von Fox Networks Group Germany gehören mit über sieben Mio. Abonnenten zu den am besten verbreiteten Pay-TV Sendern im deutschsprachigen Raum. Deutschland-Sitz des Unternehmens ist München. Weitere Infos unter [www.foxchannel.de](http://www.foxchannel.de) und [www.nationalgeographic.de](http://www.nationalgeographic.de)

