

PRESSEMITTEILUNG

SevenOne AdFactory und Deutsche Telekom setzen gemeinsam vernetztes Real Time Content Marketing-Konzept zu „The Voice of Germany“ um

Unterföhring, 18. Dezember 2015. Auf ProSieben wurde am 17. Dezember „The Voice of Germany“ gekürt: Die 17-jährige Jamie-Lee Kriewitz. Neben Fans und Angehörigen fieberte dabei eine ganz besondere Zuschauerin im Publikum mit: Clara Heins. Die Tochter der bekannten Telekom-Familie stand im Zentrum des innovativen Content-Marketing-Konzeptes, das SevenOne AdFactory, der 360 Grad-Vermarkter von ProSiebenSat.1, für die Deutsche Telekom rund um die Musikshow „The Voice of Germany“ entwickelt hat. Das Telekommunikationsunternehmen setzte dabei auf eine starke TV-Präsenz kombiniert mit Owned Content.

Als Startpunkt der Kampagne fungierte der gemeinsam von ProSiebenSat.1-Tochter Starwatch und Telekom konzipierte Street Gig mit der britischen Pop-Rock-Band Coldplay am 8. Dezember, der von „The Voice“-Gesicht Thore Schölermann moderiert wurde. Ausschnitte des Gigs wurden live auf den sechs Sendern der ProSiebenSat.1-Gruppe übertragen, jeweils anmoderiert von Thore Schölermann und Clara Heins. Eine übergreifende Storyline verbindet das Event mit dem „The Voice“-Finale: Clara Heins war beim Telekom Street Gig backstage zur Finalshow eingeladen, in der Coldplay ebenfalls auftraten.

Am Tag des „The Voice of Germany“-Finales berichtete Clara Heins auf den Social Media-Plattformen der Telekom backstage von den Proben und der Liveshow. Ihre Erlebnisse wurden im Laufe des Tages live in innovativ aufeinander abgestimmten Sonderwerbeformen und Product Placements erzählt. Nach dem „The Voice of Germany“-Finale übertrug ProSieben die Highlights des Telekom Street Gigs als Titelpatronat.

Sabine Eckhardt, Geschäftsführerin SevenOne AdFactory: Mit diesem Content-Marketing-Konzept verbinden wir geschickt ein Musikevent mit unserer erfolgreichen TV-Show und holen die Zuschauer so mitten hinein: Mit Clara Heins erhalten sie exklusive Backstage-Einblicke und erleben das emotionale Finale von „The Voice of Germany“ hautnah mit – und das auf allen Kanälen. Ein echter Mehrwert für die Zuschauer und ein ideales Umfeld für unseren Kunden Telekom, um sich zielgruppenaffin zu präsentieren.“

Philipp Friedel, Leiter Marktkommunikation Telekom Deutschland: „Die Branded Content-Kampagne verknüpft die „Telekom Street Gigs“ und „Familie Heins“ mit „The Voice of Germany“ perfekt. Das Storytelling über Social Media bis ins TV, mit Clara Heins als Moderatorin des Coldplay-Livestreams und Backstage-Reporterin

des „The Voice of Germany“-Finales, lässt Fans im besten Netz hautnah dabei sein, ganz im Sinne unseres Markenversprechens: Erleben, was verbindet.“

ProSiebenSat.1 Media SE
Ansprechpartner:

Kerstin Bauer
Konzernkommunikation Sales
ProSiebenSat.1 Media SE

Tel. +49 [89] 95 07 - 1133
Fax +49 [89] 95 07 - 91133

Kerstin.Bauer@prosiebensat1.com
www.sevenoneadfactory.de

Marcus Prosch
Leiter Kommunikation Sales & Diversifikation
ProSiebenSat.1 Media SE

Tel. +49 [89] 95 07 - 8920
Fax +49 [89] 95 07 - 98920

Marcus.Prosch@prosiebensat1.com