



„ENTER THE MATCH“: Eurosport-Kampagne mit PlakaDiva-Award ausgezeichnet

- **Out Of Home-Kampagne in der Kategorie „Beste Innovative Nutzung“ prämiert**
- **„Perfekte Aufmerksamkeit durch plötzliches Eintauchen“**

München, 08.05.2020 Unter dem Claim „ENTER THE MATCH“ hat Eurosport die Roland-Garros French Open 2019 für alle Tennisfans an den Münchner Flughafen gebracht. Auf einem über 100 m² großen Spielfeld wurde dafür ein interaktives Tennismatch inszeniert. Mittels eines Mobile Games konnten die Fluggäste selbst Teil des Spiels werden und exklusive Preise gewinnen.

Diese gelungene Marketing-Aktion wurde nun auch bei der PlakaDiva 2020, der Preisverleihung für die besten Out-of-Home-Kampagnen des Jahres des Fachverbands Außenwerbung (FAW), in der Kategorie „Beste Innovative Nutzung“ mit Silber prämiert. Die Jury lobte dabei insbesondere die Kombination aus Außenwerbung und Gamification, die technisch anspruchsvolle Umsetzung und Einzigartigkeit der Idee.

„Das plötzliche Eintauchen in ein laufendes Tennismatch durch die Bespielung von speziell arrangierten Digitalstelen hat für die perfekte Aufmerksamkeit gesorgt.“, so Eike Immisch, Senior Director Marketing & Communications bei Discovery Deutschland. „Tennis und Eurosport gehören einfach zusammen. Die Zusammenarbeit mit der Mediaplus war von Anfang an mit viel positiver Energie beladen – beide Seiten wollten hier was Besonderes auf die Beine stellen. Deswegen freut mich die Würdigung durch die PlakaDiva Jury umso mehr.“

Neben Immisch zeichnen auf Seiten Discovery Deutschlands Stefan Ladwig, Senior Manager Marketing und Benjamin Placzek, Marketing Executive, verantwortlich, die Umsetzung erfolge durch die Agentur Mediaplus.

[Ein begleitendes Video rund um die Kampagne ist unter folgendem LINK verfügbar.](#)

Pressekontakt Discovery Deutschland:

Timo Ditschkowski
Manager Communications & PR
Discovery Deutschland
Sternstraße 5 | 80538 München | Germany
+49-(0)89 206 099-203
Timo.Ditschkowski@discovery.com
presse.discovery.de



Über Discovery Deutschland

Discovery Deutschland veranstaltet die Free-TV-Sender DMAX, TLC, Eurosport 1 und HOME & GARDEN TV, sowie die Pay-TV-Sender DISCOVERY CHANNEL, ANIMAL PLANET und Eurosport 2 HD Xtra. Das Sendernetzwerk, das 1996 gegründet wurde, hat seinen Sitz in München und erreicht insgesamt 45 Millionen Haushalte, 12 Millionen Pay TV-Abonnenten sowie weitere 4 Millionen User im Digitalbereich. Hinter Discovery Deutschland steht Discovery, Inc. das weltweit führende Non-Fiction Medienunternehmen mit einer Reichweite von drei Milliarden Zuschauern in über 220 Ländern.

Weitere Infos auf discovery-networks.de