



Sparkasse x Ninja Warrior Germany

Best Case
November 2023



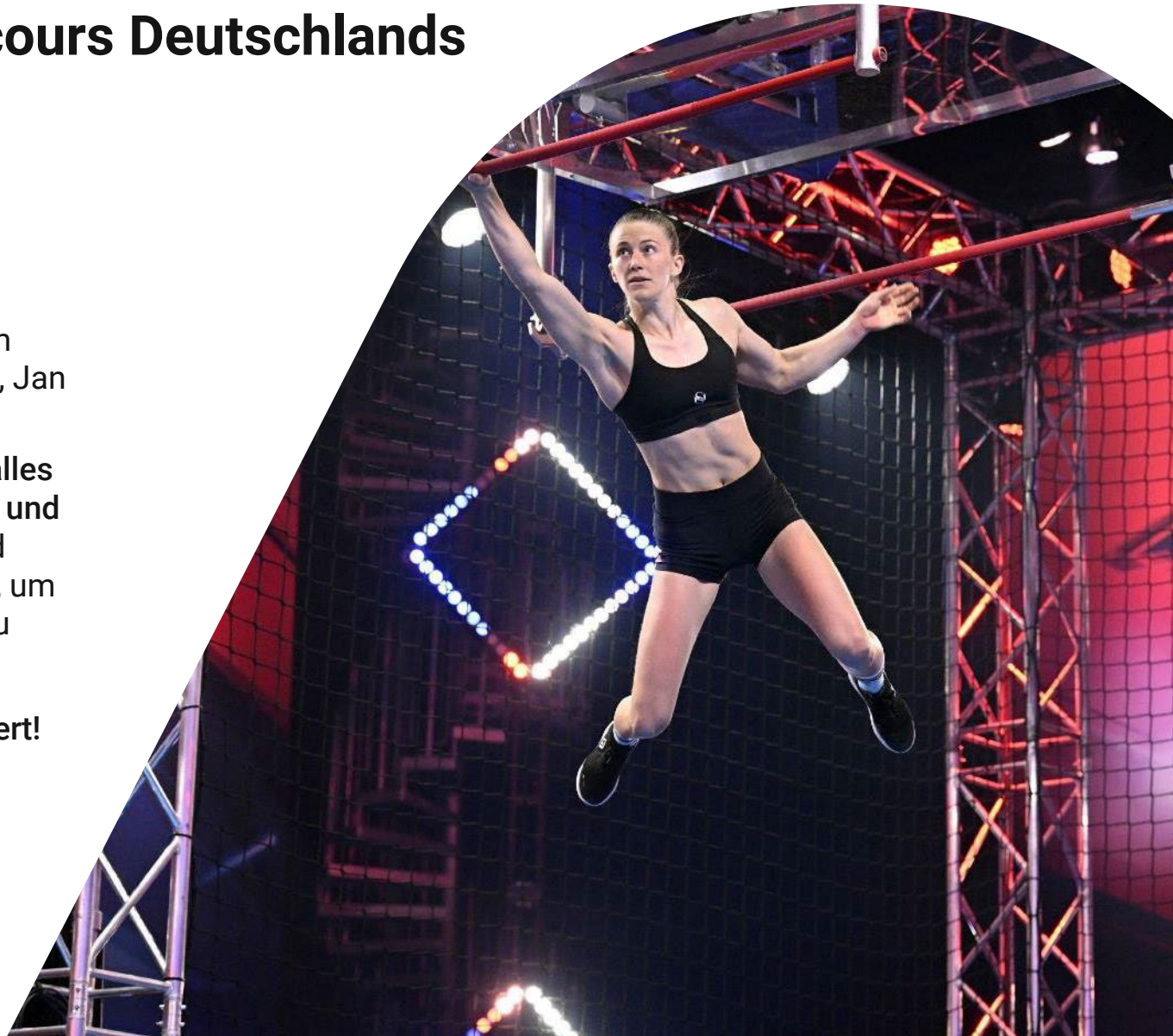
Der härteste TV-Hindernis-Parcours Deutschlands

Der Ninja-Wettkampf wurde wieder eröffnet!

Im Oktober 2023 ging „Ninja Warrior Germany“ mit dem beliebten Moderations-Trio Frank „Buschi“ Buschmann, Jan Köppen und Laura Wontorra in die **8. Staffel!**

Auch in dieser Season wurde den Athlet:innen wieder **alles abverlangt. Ausdauer, Kraft, Durchhaltevermögen, Mut und Schnelligkeit** – Qualitäten, die sie in noch größeren und spektakulären Parcours´ unter Beweis stellen mussten, um es bis zum berühmt-berüchtigten Mount Midoriyama zu schaffen.

Nervenkitzel und Gänsehaut waren hier vorprogrammiert!



01

Challenge

02

Solution

03

Umsetzung

AGENDA





CHALLENGE



Zielgruppen-Ansprache:

Kombination der zielgruppenrelevanten Themen mit den Kernbotschaften der Sparkasse.



Awareness und Markenpositionierung:

Die Sparkasse in einem authentischen Umfeld aufmerksamkeitsstark & als unterstützenden Finanzpartner positionieren.



Integration:

Eine nahtlose und kreative Integration der Sparkasse in die Storyline von „Ninja Warrior Germany“ schaffen.

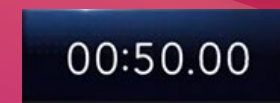
SOLUTION

- > Individuelle First-Mover Integration
- > Enge Formatbindung durch kontextuelle Ausspielung & Wordings
- > Betonung des Sparkassen-Markenclaims
- > Zeituhr-Switch-to-Framesplit (situativ+)



ZEITUHR-SWITCH-TO-FRAMESPLIT (SITUATIV+)

- Während des Laufes eines Kandidaten ist rechts am unteren Bildschirmrand die Zeituhr eingeblendet.
- Diese redaktionelle Fläche nutzen wir für eine innovative Inszenierung der Sparkasse.
- Mit jedem überwundenen Hindernis, dreht sich die Zeituhr und das kontextuelle, Hindernis-bezogene Sparkassen-Branding wird für je 2" sichtbar.
- Nach erfolgreicher Absolvierung des Parcours erscheint ein aufmerksamkeitsstarker Framesplit, der die Kampagnen-Kern-Botschaft sowie die Kampagnen-Assets der Sparkasse format-bezogen und großflächig für 10" inszeniert.



IHR ANSPRECHPARTNER



Lucas Pelka

TV Brands Concepts

Picassoplatz 1
50679 Köln

Tel.: +49 221 456-22766
lucas.pelka@ad-alliance.de

Wichtige Hinweise



Die vorgestellten Ideenansätze sind nicht im Detail abgestimmt und verstehen sich vorbehaltlich aller Zustimmungen der jeweiligen Sender, Titel bzw. Plattformbetreiber der einzelnen Vermarkter.

Nutzungsrechte

Das in dieser Präsentation gezeigte Material und sein gesamter Inhalt sind gemäß den geltenden Urheberrechtsgesetzen geistiges Eigentum des Vermarkters Ad Alliance GmbH.

Jede teilweise oder vollständige Nutzung, Nachahmung oder Weitergabe von geschützten Inhalten bedarf der vorherigen schriftlichen Genehmigung des Rechteinhabers.

Sofern Teile des durch Ad Alliance geschuldeten Leistungsumfanges auch die technische Veranstaltung eines Gewinnspiels oder die Durchführung eines Events ist, ist der Vertragspartner dazu berechtigt, diesen Teil der Leistung unter Beachtung der Vertragsbedingungen Gewinnspiele der Ad Alliance GmbH (abrufbar unter www.ad-alliance.de/agb) an Dritte weiterzuverkaufen.

Es gelten die Vertragsbedingungen Gewinnspiele und die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Ad Alliance GmbH (abrufbar unter www.ad-alliance.de/agb).

Der Vermarkter Ad Alliance GmbH behält sich vor,
die Verletzung von Urheberrechten zivil- und strafrechtlich zu verfolgen.

© Ad Alliance GmbH | 2023



Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Ad Alliance GmbH,
abrufbar unter www.ad-alliance.de/agb.

Für die Vermarkter Media Impact GmbH & Co. KG sowie rtv media group GmbH handelt die Ad Alliance GmbH als Dienstleister:
Für Media Impact agiert die Ad Alliance GmbH im Namen und für Rechnung der Media Impact GmbH & Co. KG,
für rtv media group im Namen und für Rechnung der rtv media group GmbH.

Es gelten die jeweiligen Allgemeinen Geschäftsbedingungen der betreffenden Gesellschaft, abrufbar unter:
www.mediaimpact.de/de/agb respektive www.rtv-mediagroup.de/de/agbs, es sei denn es ist anders gekennzeichnet.