

## **ANKOMM ermöglicht durch ein innovatives und interaktives Sendeformat Nischen-Sportarten mediale Präsenz mit großer Reichweite**

***München, April 2018* – Wie auch mit niedrigen Budgets große Wirkung erzielt werden kann, ist wohl eine der Kernfragen, die sich Agenturen immer wieder stellen. Die Münchner Kampagnen-Profis von ANKOMM haben mit einem spannenden neuen Sendeformat eine Antwort gefunden, die aufhorchen lässt.**

Die Münchener Agentur ANKOMM GmbH hat mit ihrer groß angelegten Cross-Media-Kampagne für ihren Kunden LeoVegas SPORT zur Handball WM 2019 gezeigt, dass eine erfolgreiche mediale Präsenz nicht immer von hohen Budgets getrieben sein muss – wichtiger ist die richtige Idee und ein passendes Konzept.

Mit einer innovativen Kombination aus Sportainment, relevanten Inhalten, smart eingesetzter Media (u.a. Influencer) und hoher Interaktivität konnte ANKOMM den Second-Screen als erfolgreichste Sportsendung rund um die Handball-WM besetzen. Mit einem Mix aus Experten, Spielern und User Generated Content waren die Zuschauer nicht nur besonders nah dabei, sondern konnten die Sendung mit ihren Fragen auch aktiv mitgestalten. Passend zur ungescripteten Freestyle-Produktion mit Wohnzimmeratmosphäre konnte auch die Technik und der redaktionelle Aufwand schlank gehalten werden, gedreht wurde mit einer Streaming-Cam. Das Ergebnis: Hohe Authentizität, große Akzeptanz aus dem Sportbereich und enorme Reichweiten.

Handballfans konnten das Sendeformat „Kretzsche Talk“ mit Handball-Legende Stefan Kretzschmar live auf Kretzsche-Talk.de, Facebook, [www.sportdeutschland.tv](http://www.sportdeutschland.tv) und ran als Stream abrufen und nach Abpfiff live den Kommentaren des Gastgebers „Kretzsche“, der Moderation des Social-Media-Star Mohamed Satiane (Momonews) und zahlreichen Gastbeiträgen prominenter Sportgrößen folgen. Dabei waren z.B. die Weltmeister Pascal Hens (Pommes), Heiner Brand und jede Menge Spieler aus dem aktuellen Kader. Via Live-Chat konnten die Fans nach den Spielen mit der Talkrunde in Interaktion treten und wurden damit selbst zur Redaktion des Formats. Dies führte zu einer durchschnittlichen Reichweite von 250.000 pro Folge.

Beworben wurde der „Kretzsche-Talk“ während der Weltmeisterschaft mit einer digitalen OoH-Kampagne sowie Programmatic Advertising. Das Ergebnis: Erzielt wurde eine Gesamtreichweite von 126 Millionen Kontakten, wobei die Reichweite des Streams (2,5 Mio.) und die Reichweite über die unabhängige Berichterstattung (48,5 Mio.) besonders erwähnenswert sind. „Wir freuen uns wirklich sehr über diesen Erfolg und sind uns sicher, dass wir mit ähnlichen Formaten auch anderen Sportarten, die bisher keine oder geringe mediale Präsenz haben, für ein überschaubares Budget zu hohen Reichweiten verhelfen können“ – so die Überzeugung von ANKOMM-Geschäftsführer Andreas Hofmann. „Wir sind davon überzeugt, dass in der direkten Interaktion mit dem Zuschauer über ein derartiges Sendeformat auch für Sportarten und Verbände, denen aufgrund der Relevanz der Zugang zu den großen Medien nicht möglich ist, aber auch für deren Sponsoren viel Potenzial liegt.“

LeoVegas ist ein schwedisches Mobile-Gaming-Unternehmen sowie ein Anbieter von Online-Casino- und Sportwetten-Produkten, wie Tischspielen, Video-Spielautomaten, progressiven Jackpots, Video-Poker und Live-Sportwetten für eine Reihe von internationalen Märkten. Das Unternehmen ist börsennotiert und startete im Mai 2016 das Sportwetten-Produkt LeoVegas SPORT.

## Über ANKOMM GmbH

Agenturen gibt es viele, Macher wenige: Mit einem Schwerpunkt auf hoher Flexibilität, Spontaneität und Praxisnähe definiert sich die ANKOMM GmbH als Kampagnenagentur. Immer im Zentrum jeder Überlegung: Wie bringt man gute Ideen schnell auf die Straße, wie kann man auch bei klassischen Kommunikationsaufgaben um die Ecke denken oder mit neuen Ansätzen überraschen. Die ANKOMM GmbH ist dabei ein Partner für on- und offline-Kampagnen aber auch für interdisziplinäre Events. Sie begleitet Marken von der Beratung und Strategie über Produktion bis hin zu Mediaplanung und -buchung.

Die Agentur wurde 2013 in München von Andreas Hofmann gegründet und betreut Kunden wie METRO AG, BMW, Sixt, Leo Vegas, Sky, NBA Europe und Tele5.

Website: [www.ankomm.de](http://www.ankomm.de)

Aktuelle Cases: <https://www.ankomm.de/was-wir-tun/>

## Unternehmenskontakt:

ANKOMM GmbH  
Dirk Flaxmeyer  
Adams-Lehmann-Straße 44  
80797 München

T: +49 89/38366-502

M: +49 171/4870967

[dirk.flaxmeyer@ankomm.de](mailto:dirk.flaxmeyer@ankomm.de)