

Gut geworben ist halb gewettet: Tipster trumpft mit frischen Werbe-Ideen

Ob Wettprogramm oder Werbeprogramm: Sportwettenanbieter Tipster Ltd. bietet seinen Kunden auf allen Kanälen Abwechslung und Unterhaltung. Erst zur Hinrunde der aktuellen Super Lig Saison brachte Tipster insgesamt sechs neue TV-Spots für beIN Sports / Digiturk raus, die ihre Zuschauer mit humoristischer Art zum Lachen brachten. Als Sponsor der türkischen Super Lig erstrahlt der Sportwettenanbieter jedes Wochenende auf den Bildschirmen der Digiturk-Abonennten. Die dreiteilige Mini-Serie „Tippen wie ein Tipster“ zeigte einen unsicheren Sportwetten-Neuling, der von seinem erfahrenen und gelassenen Mentor in die Welt der Sportwetten eingeführt wird. Ebenfalls dreiteilig war die Mini-Serie „Sei kein Hipster, sei ein Tipster“, bei der ein lachhafter Hipster und ein energischer und selbstsicherer Tipster aufeinandertreffen.



TV-Spot: „Die Familie mit den guten Instinkten“

„Innovation statt Imitation“ ist das Leitbild des Unternehmens und so überrascht es kaum, dass Tipster schon zur Rückrunde der laufenden Saison frischen Wind in die Werbepausen der Digiturk-Abonennten bringt. Dieses Mal dürfen sich die Zuschauer auf „Die Familie mit den guten Instinkten“ freuen. Die abermals sechs Clips sorgen für reichlich Abwechslung in

den Werbepausen, dank komödiantischer Ausrichtung bleibt auch jetzt kein Auge trocken. Für diese Serie entschied sich der Sportwettenanbieter für einen Strategiewechsel: waren die bisherigen Spots in deutscher Sprache produziert, so fügen sich die neuen Spots in türkischer Sprache nahtlos in die ansonsten türkischsprachige Werbeunterbrechung Digiturks ein. Dank herausragender schauspielerischer Leistungen bedarf es jedoch keiner großen Worte, um die Inhalte der TV-Spots zu verstehen. Mit ihrer lustig-charmanten Art erreicht „Die Familie mit den guten Instinkten“ jeden Sportwetten-Fan, egal welche Sprache er spricht.