

Medienmitteilung

## Goldbach Crossmedia Award 2026: «Unboxing Football» von Brack.Alltron gewinnt Gold

**Brack ist der Gewinner des diesjährigen Goldbach Crossmedia Award. Mit «Unboxing Football» setzte sich der Onlinehändler gemeinsam mit den Agenturen brinkertlück und Mediaschneider an der heutigen Best of Swiss Web Award Night gegen 29 weitere nominierte Kampagnen durch.**

Küsnacht, 16. April 2026 – Die prämierte Kampagne verbindet E-Commerce mit Live-Sport und überträgt das bekannte «Unboxing»-Prinzip, das Auspacken eines Pakets, in die Welt des Fussballs. Rund um die Brack Super League wurde die Idee emotional inszeniert und für Fans sowohl im Stadion als auch digital erlebbar gemacht.

Im Zentrum stand die direkte Verknüpfung von Spielgeschehen und Einkauf: Während laufender Spiele wurden in Echtzeit exklusive Angebote aktiviert, abgestimmt auf zentrale Momente auf dem Spielfeld. So entstand eine unmittelbare Verbindung zwischen Stadionerlebnis und digitaler Shoppingwelt.

Die Kampagne wurde konsequent crossmedial umgesetzt. Neben Social Media, Online-Formaten und TV kamen auch (D)OOH-Flächen sowie Print-Inserate zum Einsatz. Auch in den Stadien war «Unboxing Football» präsent. Dies zeigte sich in Bandenwerbungen und Stadion-TV sowie in gebrandeten Ballstehlen und der markanten Brack-Paket-Ballsäule, die den Spielball auf das Feld brachte.

Ergänzend setzte Brack auf kontinuierlichen Content auf eigenen Kanälen. Dazu gehörten unter anderem Newsletter und Blogbeiträge sowie interaktive Formate wie Verlosungen und die Dealplattform «90-Minuten-Deal». Des Weiteren verlagerte Brack ausgewählte B2B-Events in die Stadien der Brack Super League und band die Mitarbeitenden durch einen Anlass mit rund 1'300 Teilnehmenden in der Swissporarena Luzern ein.

Mit «Unboxing Football» zeigte Brack am Goldbach Crossmedia Award, wie sich TV, Online-Formate, Aussenwerbung, Print, E-Commerce und Live-Sport zu einem integrierten Markenerlebnis verbinden.

Neben der Gewinnerkampagne wurden an der Award Night in der Eventlocation THE HALL auch die Zweit- und Drittplatzierten sowie der Publikumsliebbling ausgezeichnet.

- **Silber ging an «100 Jahre Migros»** von Migros Supermarkt AG und die Agenturen Wirz Group, AGESE Agency, Teil.ch GmbH, tit-pit GmbH, JEFF Zürich AG, Suki GmbH, Mutabor Design GmbH, Apps with Love AG sowie dentsu Switzerland AG.
- **Bronze gewann «Das Spiel deines Lebens»** vom Fonds für Verkehrssicherheit und Family AG.
- Der **Publikumspreis** wurde an **«Du bist mir wichtig - Herzenssong über Geschwisterliebe»** vom Förderverein für Kinder mit seltenen Krankheiten von Manuela Stier verliehen.

Weitere Informationen zu den Gewinnern und Shortlist-Nominierten können [hier](#) aufgerufen werden.

### **Kontakt**

Simone Schulz, Head of Marketing, Goldbach Media AG  
[simone.schulz@goldbach.com](mailto:simone.schulz@goldbach.com)

### **Über die Goldbach Group**

Die Unternehmen der Goldbach Group vermarkten und vermitteln Werbung in den Gattungen TV, Radio, Online und Aussenwerbung. Dabei stehen einfache Informations-, Beratungs- und Buchungsprozesse im Vordergrund. Um die Endkonsument\*innen zur richtigen Zeit, am richtigen Ort und im richtigen Kontext zu erreichen. Die Goldbach Group hat ihren Sitz in Küsnacht und ist ein Unternehmen der TX Group.

[www.goldbach.com](http://www.goldbach.com)