

PRESSEMITTEILUNG

Ahoi, das Piraten-Abenteuer ruft: Seven.One AdFactory bringt PLAYMOBIL mit eigener Maske an Bord der neuen „The Masked Singer“-Staffel

Unterföhring, 25. November 2024. Bei Poseidons Bart, sowas gab's noch nie: Zum Auftakt der elften „The Masked Singer“-Staffel auf ProSieben und Joyn mischte sich am Wochenende erstmals in der Geschichte der Show auch die Maske eines Partners unter die „Masked Singer“. Der PIRAT – im unverkennbaren **PLAYMOBIL**-Look mit Clicky-Händen, kastenförmigem Oberkörper, charakteristischem Haarschopf und aufsteckbarem Piratenhut – begeisterte die Zuschauenden sowie das prominente Rateteam um Palina Rojinski und Rea Garvey mit einer beeindruckenden Darbietung des Songs „High Hopes“ von Panic! At the Disco und sicherte sich am Ende der Show ein Ticket für die nächste Bühnenperformance am kommenden Samstag. Die Maske ist Teil eines umfangreichen Product Placements, welches der ProSiebenSat.1-Kreativvermarkter Seven.One AdFactory für PLAYMOBIL umsetzt, um die Markenbekanntheit des Spielwarenherstellers weiter zu stärken.

Tom Schwarz, Geschäftsführer der Seven.One AdFactory: „Das ist eine echte Premiere! Erstmals ist es uns gelungen, die Maske eines Werbepartners auf die ‚The Masked Singer‘-Bühne zu bringen. Damit erreichen wir das Maximum an Aufmerksamkeit: Eine kreative Markenintegration, die wunderbar nativ zu einem Teil der Show wird. Der PIRAT von PLAYMOBIL zeigt eindrucksvoll, wie Werbung heute aussehen kann: überraschend, spielerisch und so passgenau ins Format eingebettet, dass sie das Publikum begeistert und zum Mitfiebern animiert. So macht Markenkommunikation Spaß!“

Julia Straschil, Senior Vice President Global Marketing der Marke PLAYMOBIL: „‚The Masked Singer‘ ist ein Paradebeispiel fantasievoller Unterhaltung für die ganze Familie – und damit der perfekte Partner für uns. PLAYMOBIL steht seit jeher für Kreativität und grenzenlosen Spielspaß. Unsere Figuren und Welten inspirieren dazu, immer wieder neue Geschichten zu erfinden. Bei dieser fantasievollen Show mit eigener Maske dabei zu sein, passt perfekt zu unserem Anspruch, Menschen spielerisch zu begeistern und die Fantasie lebendig werden zu lassen. Wir freuen uns, dass die PLAYMOBIL-Spielfreude und grenzenlose Fantasie jetzt auch auf der Bühne zum Leben erweckt wird.“

Abgerundet wird die Kreativkampagne von PLAYMOBIL durch eine Lizenzpromotion und Product Placement Posts auf den ProSiebenSat.1-eigenen „The Masked Singer“-Accounts bei TikTok, Instagram und Facebook.

„The Masked Singer“ – immer samstags live um 20:15 Uhr auf ProSieben und Joyn.

Pressekontakt:

Kristina Schreiber
Senior PR Managerin / Business Communications
Seven.One Entertainment Group
Mobile: +49 (0) 89 95 07 – 2410
email: Kristina.Schreiber@seven.one
Medienallee 7 · 85774 Unterföhring
www.seven.one

Seven.One AdFactory GmbH

Ein Unternehmen der



Die Seven.One Entertainment Group ist eine 100-prozentige Tochter der ProSiebenSat.1 Media SE. Seit Oktober 2020 vereint die smarte Entertainment-Company alle Sendermarken der Gruppe sowie das Content-, Digital-, Distributions- und Vermarktungsgeschäft unter einem Dach. Die Seven.One Entertainment Group gilt als Innovationstreiber im AdTech-Bereich und steht für starke Content-Marken über die die Nation spricht – und das auf allen Plattformen.