

PRESSEMITTEILUNG

Jede Menge Knusper-, Fahr- und Freizeitspaß: So kreativ werben Prinzen Rolle, SEAT und Efteling in der elften Staffel von „The Voice Kids“

Unterföhring, 7. März 2023. Ab dem 10. März wird in der elften Staffel der SAT.1-Familienshow „The Voice Kids“ wieder um die Wette gebuzzert. Mit dabei sind jedoch nicht nur jede Menge Stargäste und junge Talente mit herausragenden Stimmen. Mit Prinzen Rolle, SEAT und Efteling hat das Format auch gleich drei namhafte Co-Sponsoren gewonnen, die die kreativen Spielräume rund um die Show für sich nutzen.

Tom Schwarz, Geschäftsführer Seven.One AdFactory: „Es ist großartig zu sehen, welche Strahlkraft unsere Erfolgsformate wie ‚The Voice Kids‘ auf unsere Werbekunden haben und welche kreativen Möglichkeiten sich immer wieder entwickeln lassen, um sowohl langjährige Partner wie SEAT als auch neuere wie Prinzen Rolle und Efteling aufmerksamkeitsstark in Szene zu setzen. Mit der neuen Staffel und dem erstklassigen Triple-Sponsoring bieten wir dieses Jahr nicht nur beste Unterhaltung und unzählige Gänsehaut-Momente, sondern auch jede Menge Knusper-, Fahr- und Freizeitspaß.“

Wenn die jungen Talente ab Mitte März die Bühne rocken, feiert auch Griesson – de Beukelaer mit Prinzen Rolle sein großes Bühnendebüt und begleitet die Staffel erstmals als Programm-Sponsor im TV. Zusätzlich hat sich der Gebäckhersteller im Rahmen einer Promotionlizenz einen der populären „The Voice Kids“-Drehstühle gesichert und darauf seinen Kult-Prinzen im neuen Sponsoring-Spot kreativ in Szene gesetzt. Zum Leben erweckt und auf dem roten Buzzer-Stuhl thronend, wünscht der Prinz unter dem Claim „Die Rolle deines Lebens“ gute Unterhaltung. Daneben wird Prinzen Rolle mit der Formatmarke auf seinen sozialen Kanälen werben und im Lebensmitteleinzelhandel mit POS-Aktivitäten vertreten sein.

Jede Menge Kreativität findet sich auch in der diesjährigen Kampagne von SEAT Deutschland. Bereits zum dritten Mal als Programm-Sponsor in TV und Digital sowie auf Social Media mit dabei, wird die Automarke in der kommenden Staffel erneut mit TV-Placements glänzen und die Promotionlizenz für eine ideenreiche Verlängerung in ihre sozialen Netzwerke nutzen.

Als Dritter im Sponsoring-Bunde setzt der niederländische Freizeitpark Efteling nach seiner Partnerschafts-Premiere im letzten Jahr nun bereits zum zweiten Mal auf ein umfassendes TV-, Digital- und Social-Sponsoring-Paket sowie ideenreiche Product Placements in der Show. Dazu stellt Efteling in

jeder TV-Folge einen Gewinn von jeweils 8.000 Euro und einer Reise in den Park zur Verfügung.

Die elfte Staffel von „The Voice Kids“ ab 10. März 2023 immer freitags um 20:15 Uhr in SAT.1 und auf Joyn.

Weitere News der Seven.One Entertainment Group finden Sie unter www.presse.seven.one

Pressekontakt:

Kristina Schreiber
PR Manager
Communications & PR
Strategy, Digital & Sales
Seven.One Entertainment Group

Mobile: + 491511 898 7012, 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.