

## PRESSEMITTEILUNG

### Hammerstarkes Match von Format und Kunde sorgt für Absatzerfolge am PoS: „Asbach Deutschlands bester Partykeller“ geht bei Kabel Eins in die nächste Runde

**Unterföhring, 4. April 2023.** Innovatives Heimwerker:innen-Format trifft erneut auf begeisterten Werbekunden: Die Spirituosenmarke Asbach ist auch in der zweiten Staffel Titelsponsor der Kabel Eins Sendung „Asbach Deutschlands bester Partykeller“. Und das aus gutem Grund: Nach Ausstrahlung der ersten Staffel 2022 verzeichnete Asbach einen deutlich wahrnehmbaren Anstieg der eigenen Verkaufszahlen im deutschen Handel. Die neue Staffel des Formates startet am 16. April um 19:10 Uhr bei Kabel Eins sowie auf Joyn und fordert Hobby-Tüftler:innen am Sonntagvorabend aufs Neue auf, in vier Folgen den besten Partyraum Deutschlands zu bauen.

**Steffen Ostendorf, Senior International Brand Manager des Markeneigners Semper idem Underberg AG:** „Mit der Kooperation haben wir direkt zur Staffel eins den Nagel auf den Kopf getroffen. Nicht nur wurde unsere Marke reichweitenstark und authentisch in Szene gesetzt. Die Vielzahl an TV-Kontakten und begleitenden Marketing-Aktivitäten hat maßgeblich zum Markenwachstum von 35,5 Prozent im ersten Halbjahr 2022 beigetragen. Daher setzen wir auch dieses Jahr wieder auf das aufmerksamkeitsstarke Heimwerker:innen-Format und sind schon sehr gespannt auf die kreativen Partylocations der neuen Staffel.“

**Maximilian Klopsch, Geschäftsführer Seven.One Media und Seven.One AdFactory:** „Mit unserem DIY-Format ‚Asbach Deutschlands bester Partykeller‘ und der Einbindung von Asbach als exklusiven Werbekunden ist uns ein hammerstarkes Match gelungen. Schon die erste Staffel hat uns gezeigt, welchen spürbaren Impact das harmonische Zusammenspiel von Format und Marke auf die Zuschauenden und damit auch auf die Absatzzahlen hat. Umso schöner ist es, dass Asbach die Erfolgsgeschichte im Rahmen einer zweiten Staffel mit uns nun fortsetzen und die Heimwerker:innen ab Mitte April wieder als Partner beim Wetteifern um den kreativsten Partykeller begleiten wird.“

Neben dem Titelsponsoring hat Asbach in der kommenden Staffel eine Promotionlizenz, Produktplatzierungen in der Sendung, Programm-Splits im TV sowie eine crossmediale „Total Video based on CFlight“-Kampagne gebucht – und damit die Präsenz im Vergleich zur ersten Staffel sogar noch erweitert. Zusätzlich wird Asbach mit der Formatmarke „Asbach Deutschlands bester Partykeller“ sowohl am PoS als auch auf seinen eigenen Social-Media-Kanälen wieder kräftig die Werbetrommel rühren.

Als neuer Host der Sendung wird diesmal Party-Expertin und Comedian Mirja Boes zum großen Duell der Partylöwen aufrufen. Wer baut die beste Theke,

braut den coolsten Party-Drink, bastelt die schrägste Deko – und das alles nach einem selbstgewählten Motto? Dabei sind die Partykeller-Bauer:innen nicht alleine: Jürgen Milski und Mark Kühler gehen für jeweils einen Keller in den Ring. Wer holt am Ende für sein Team den Titel „Asbach Deutschlands bester Partykeller“ nach Hause? Die zweite Staffel läuft ab dem 16. April 2023 vier Folgen lang immer sonntags um 19:10 Uhr bei Kabel Eins und auf Joyn.

**Weitere News der Seven.One Entertainment Group finden Sie unter**  
[www.presse.seven.one](http://www.presse.seven.one)

**Pressekontakt:**

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

Mobile: + 491511 898 7012, email: [Kristina.Schreiber@seven.one](mailto:Kristina.Schreiber@seven.one)  
Medienallee 7 • 85774 Unterföhring  
[www.seven.one](http://www.seven.one)

**Seven.One Media 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.