

PRESSEMITTEILUNG

Originelles Placement von der SevenOne AdFactory: „Promi Big Brother“ hat eigenen „PENNY-Markt“

Unterföhring, 12. August 2019. Mit großer Spannung wurde der Einzug der Bewohner von „Promi Big Brother“ am vergangenen Freitag in SAT.1 erwartet. Für die zwölf prominenten Bewohner gab es gleich zwei Überraschungen: Die erste große Neuerung ist die Veränderung des Sendekonzeptes – denn es wird gecampt! Die zweite News: Es gibt im Zeltlager auf dem Campingplatz einen eigenen kleinen Discounter – den „PENNY-Markt“. Hier können die Promis täglich ihre Lebensmittel einkaufen. Mit diesem originellen Product-Placement hat die SevenOne AdFactory erneut eine Kampagne für eine große Marke umgesetzt.

Die Integration des kleinsten PENNY-Marktes in Deutschland in die SAT.1 Sendung ist eine neue Form des Product-Placements. Damit gibt es bei „Promi Big Brother“ erstmals durchgängig ein Product-Placement über die 14-tägige Staffel hinweg. Die Bewohner können sich Geld erspielen und im PENNY-Markt auf dem Campingplatz einkaufen. Neben dem Product-Placement umfasst die Kampagne „Cut Ins“, die täglich verschiedene Produkte bewerben. Sämtliche Produkte beziehen sich humorvoll auf Themen aus der Welt von „Promi Big Brother“.

Marcus Haus, Bereichsleiter Marketing, PENNY Markt GmbH: „Für die Marke PENNY ist das Placement eine tolle Gelegenheit, unsere Produkte in einer unterhaltsamen Show zu zeigen. Dabei bleibt sich PENNY in seiner Rolle als Versorger der Nachbarschaft treu und wird mit dem Mini-Markt Teil des Formats.“

Ein Unternehmen der
ProSiebenSat.1 Media SE

Ansprechpartner:

Dr. Carola C. Hesse
Kommunikation Sales & Digital
ProSiebenSat.1 Media SE
Tel.+49 [89] 95 07-24 10
Carola.Hesse@ProSiebenSat1.com

Stefanie Prinz
Leiterin Kommunikation
Sales & Digital
ProSiebenSat.1 Media SE
Tel. +49 [89] 95 07-11 99
Stefanie.Prinz@ProSiebenSat1.com

Medienallee 7
D-85774 Unterföhring

Pressemitteilung online:
www.sevenonemedia.de

Tom Schwarz, Geschäftsführer SevenOne AdFactory: „Die Integration des kleinsten PENNY-Marktes der Welt in das SAT.1 Format ‚Promi Big Brother‘ zeigt erneut, welche kreativen Werbemöglichkeiten unser starkes Senderportfolio bietet, um Werbekunden individuell zu inszenieren.“