

PRESSEMITTEILUNG

Product Placement & Lizenz

SevenOne AdFactory überzeugt Lidl mit umfangreichem Konzept rund um kabel eins-Format „Gekauft, gekocht, gewonnen“

Unterföhring, 13. November 2017. Zwei Spitzenköche, zwei Einkaufswagen, ein Gewinnermenü und ein Lebensmittelhändler: Während des neuen, täglichen Koch-Wettbewerbs „Gekauft, gekocht, gewonnen“ bei kabel eins fordern Sterneköche wie **Frank Rosin** ab heute andere bekannte Top-Köche zum Wettkampf heraus. Ganz vorne mit dabei: Kooperationspartner Lidl, der umfassende Product Placements und eine Lizenz erworben hat, um seine Produkte in diesem themenaffinen Umfeld zu platzieren. Zahlreiche Szenen des Formats wurden in Lidl-Filialen gedreht und alle Produkte entstammen aus dem Lidl-Sortiment. Die Idee für die Umsetzung kommt von 360 Grad-Vermarkter SevenOne AdFactory. Produziert wird das Format von Red Seven.

In jeder Folge beobachten zwei Profi-Köche Kunden bei ihrem Einkauf in einer Lidl-Filiale und schauen sich genau an, welche Produkte sie in ihren Einkaufswagen legen. Danach müssen sie sich jeweils einen Kandidaten aussuchen, ihn nach Hause begleiten und unter Zeitdruck aus allen eingekauften Lebensmitteln ein überraschendes Menü zaubern. Mit dem fertigen Essen geht es dann zur großen Entscheidung, in der drei Testesser die zubereiteten Gerichte bewertet.

Arnd Pickhardt, Geschäftsführer Marketing bei Lidl Deutschland. „Im umfangreichen Lidl-Sortiment finden die Kunden alles, was man benötigt, um ein kreatives Menü auf Sternenniveau zuzubereiten.“

„Gekauft, gekocht, gewonnen“, ab heute immer montags bis freitags um 17:55 Uhr, bei kabel eins.

ProSiebenSat.1 Media SE
Ansprechpartner:

Konzernkommunikation Sales
Kerstin Bauer
Tel. +49 [89] 95 07 - 1133
Mail: Kerstin.Bauer@ProSiebenSat1.com

Marcus Prosch
Tel. +49 [89] 95 07 - 8920
Mail: Marcus.Prosch@ProSiebenSat1.com