

/PRESSEMITTEILUNG

Seite 1 von 1

“Germany’s next Topmodel”

SevenOne AdFactory und Burda Community Network gewinnen PANDORA als Partner für TV Advertorials im Umfeld der beliebten Show

Unterföhring, 22. März 2018. Der 360 Grad-Vermarkter von ProSiebenSat.1, SevenOne AdFactory, Burda Community Network und PANDORA, Hersteller von handveredeltem Schmuck, gestalten gemeinsam eine der begehrtesten Werbeflächen Deutschlands: Die TV Advertorials im Umfeld von „Germany’s next Topmodel“. Die Formate sind exklusiv platziert und bieten mit 90 Sekunden Dauer Raum für eine umfangreiche Markeninszenierung. Die Advertorials laufen am 22. und 29. März sowie am 5. April auf ProSieben und am 23. und 30. März sowie am 6. April auf sixx. PANDORA bewirbt darin unter anderem seine neue Kollektion, die ab 15. März im Handel erhältlich ist.

Eine besondere Verlängerung erfahren die TV Advertorials durch eine Kooperation mit Burda Community Network (BCN): Die Story der Kampagne setzt sich in zwei Print Advertorials der Titel InStyle und Elle sowie digital in Elle.de, Instyle.de und Harpersbazaar.de fort. Die dort verwendeten Bilder sind beim Dreh für die TV-Inhalte entstanden. Idee, Konzept und Produktion stammen von der SevenOne AdFactory, für Media zeichnet Mediacom, Hamburg verantwortlich. Inhaltlich begleiten die Spots das Shooting mit Model Rebecca Mir, die als Testimonial gebucht wurde. Gedreht wurde im Münchner Studio des Fotografen Andreas Ortner.

Julia Kogge, Marketingleiterin PANDORA: „Das TV-Advertorial ist genau das richtige Format, um unsere neue Kollektion in Szene zu setzen und ‚Germany’s next Topmodel‘ bietet das passende Umfeld.“

Ein Unternehmen der
ProSiebenSat.1 Media SE

Ansprechpartner
Konzernkommunikation Sales

Marcus Prosch
Tel. +49 [89] 95 07 – 8920
Marcus.Prosch@prosiebensat1.com

Kerstin Bauer
Tel. +49 [89] 95 07 – 11 33
Kerstin.Bauer@prosiebensat1.com

Medienallee 6
D-85774 Unterföhring

Pressemitteilung online:
www.sevenone-adfactory.de