

PRESSEMITTEILUNG

SevenOne AdFactory etabliert „OnSet-Sponsoring“ Lidl setzt „Frischebande“-Kampagne im SAT.1 Frühstückfernsehen in Szene

Unterföhring, 9. Mai 2019. Die SevenOne AdFactory hat das Sendungs-sponsoring kreativ neuinterpretiert: Der Discount-Lebensmittelhändler Lidl setzt seine aktuelle Kampagne „Frischebande“ als „OnSet-Sponsoring“ im SAT.1 Frühstückfernsehen in Szene. Die „OnSet-Sponsoring“ Billboards, die jeweils individuell für den Partner im Studioset des präsentierten TV-Formats produziert werden, schaffen eine unterhaltsame und harmonische Verbindung von Sponsoring-Elementen mit dem laufenden TV-Programm. Lidl unterstreicht mit seiner Kampagne die Frischekompetenz im Obst- und Gemüsebereich.

Die Idee des „OnSet-Sponsorings“ wurde von der SevenOne AdFactory, dem ProSiebenSat.1-Vermarkter für kreative Sonderwerbeformen, entwickelt und baut in der Kreation auf den aktuellen „Frischebande“ TV-Spot von Lidl. Das Sponsoring-Billboard von Lidl zeigt die Biene Betti – einen der animierten Hauptcharaktere der Lidl „Frischebande“. Die Biene fliegt aus dem Billboard auf eine Obstschale im Studioset des SAT.1 Frühstückfernsehens.

Ein weiteres Element der Multiscreen-Kampagne, die exklusiv im SAT.1 Frühstückfernsehen läuft, ist die Logo-Integration auf 7 TV (ab Juni Joyn) und SAT.1.de. Bereits im Vorfeld gab es Cut-Ins in einigen familienaffinen TV-Formaten wie „The Voice Kids“. Lidl erzählt hier die Geschichte der Frischebande kreativ weiter. So war die „Frischebande“ von Lidl auch in der Backstage-Lounge des Finales der SAT.1 Show „The Voice Kids“ zu finden, wo sich die jungen Talente mit frischem Obst für den großen Auftritt stärken konnten.

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

Die Sonderwerbeform im SAT.1-Frühstücksfernsehen ist ein Baustein der aktuellen Sommer-Kampagne von Lidl, mit der der Discounter seine Frischekompetenz im Obst- und Gemüsebereich unterstreicht und über diverse Kanäle lenkt.

Tom Schwarz, Geschäftsführung SevenOne AdFactory: „Mit dem OnSet-Sponsoring bieten wir Partnern eine individuelle Möglichkeit, ihre Kampagne auf kreative Art und Weise besonders authentisch mit unseren Format-Marken zu verbinden. Lidl mit der Biene Betti bietet hier ein optimales Spielfeld.“