

PRESSEMITTEILUNG

„The Masked Singer“ zum Kuschneln: Das Plüsch-„Monsterchen“ bekommt zur Neuauflage Gesellschaft von „Fauli“ und „Wuschel“ / Drogerie Müller ist exklusiver Handelspartner

Unterföhring, 6. Oktober 2020. Welche Stars verbergen sich unter den Masken? Die ProSieben-Erfolgsshow „The Masked Singer“ stürzt ganz Deutschland ab Dienstag, 20. Oktober 2020, zum dritten Mal ins große Rätsel-Fieber. Aber bevor es losgeht, gibt es noch einen Grund zum Jubeln. „Das Monsterchen“ zum Kuschneln ist wieder erhältlich. Die putzige Plüschfigur „Das Monsterchen“ hatte im Frühjahr die Herzen aller im Sturm erobert und war in kürzester Zeit ausverkauft. Die Licensing-Unit der Seven.One Ad.Factory hat daher zur neuen Staffel die Auflage des „Monsterchens“ deutlich erhöht und ihm zusätzlich zwei weitere Plüsch-Freunde zur Seite gestellt: „Fauli“ und „Wuschel“.

Eine weitere Neuerung für die „The Masked Singer“-Plüschtiere: Die Drogeriemarktkette Müller ist exklusiver Handelspartner für den Verkauf der Plüsch-Figuren. Ab sofort sind das „Monsterchen“, „Fauli“ und „Wuschel“ deutschlandweit in 370 Müller-Filialen erhältlich.

Die drei Plüsch-Figuren wurden von dem Spielzeugfabrikanten HEUNEC hochwertig produziert und sind ISO-zertifiziert. „Wuschel“ ist 25 cm groß und kostet 19,95 Euro, das „Monsterchen“ mit 33 cm und „Fauli“ mit stattlichen 40 cm sind für jeweils 24,95 Euro erhältlich.

Katharina Frömsdorf, Geschäftsführerin Seven.One Ad.Factory und zuständig für die Unit Licensing: „Deutschland wird nicht nur in Kürze wieder im großen Rätsel-Fieber sein, sondern auch verliebt in unsere diesjährigen Plüsch-Figuren. Die Handelspartnerschaft mit Drogeriemarkt Müller freut uns außerordentlich und bestätigt unser Konzept der Fan-Welten, die wir rund um starke Marken wie ‚The Masked Singer‘ auf allen Plattformen schaffen.“

Die Licensing-Unit der Seven.One Ad.Factory ist seit vielen Jahren relevanter Player in der Lizenzbranche und etablierter Partner, um Projekte mit führenden Marken aus dem Lifestyle- und Entertainment-Bereich umzusetzen.

Im „The Masked Singer“Fan-Shop sind bereits jetzt viele coole Fan-Produkte zur TV-Show erhältlich. Dazu gehören diverse „Don’t talk to me“ Artikel, wie Hoodies, T-Shirts und Turnbeutel. Ganz neu auch das „The Masked Singer Spiel“ aus dem Hause Clementoni. Und natürlich gibt es die Plüsch-Figuren „Das Monsterchen“, „Fauli“ und „Wuschel“ auch hier. Alles erhältlich unter www.the-masked-singer-shop.de

„The Masked Singer“ ist die erfolgreichste ProSieben-Show seit Senderbestehen. Das Finale der letzten Staffel sahen 10,4 Mio. Zuschauer (Nettoreichweite, ab 3 Jahren). In der Spitze (Enthüllungsmoment Sieger) hatte die Finalsendung einen Marktanteil von 54,2 % (14-49 J.) Der Marktanteil im Schnitt der gesamten zweiten Staffel betrug 27,7 % (14-49J).

„The Masked Singer“ – die dritte Staffel ab Dienstag 20. Oktober 2020, um 20:15 Uhr live auf ProSieben und auf Joyn

Pressekontakt:

Dr. Carola C. Hesse
Senior PR Manager
Communications & PR Strategy, Digital & Sales
Seven.One Entertainment Group

phone: +49 (0) 89 95 07 – 24 10
email: carola.hesse@seven.one

Medienallee 7 · 85774 Unterföhring
www.seven.one

Seven.One Licensing
ein Geschäftsbereich der
Seven.One AdFactory GmbH