

PRESSEMITTEILUNG

Die fünfte Staffel von „The Masked Singer“ lässt die Werbepartner glänzen – in diesem Jahr so digital wie nie

- **Erstmals exklusive Online-Show mit Titelsponsor Ehrmann**
- **Dr. Oetker, Köstritzer, HARIBO, McDonald's Deutschland, REWE und Nø Cosmetics sind die Medienpartner**
- **Neue Plüsch-Charaktere „Dino“, „Monstronaut“ und „Leopard“**

Unterföhring, 12. Oktober 2021. Noch digitaler als je zuvor: So startet ab Samstag, 16. Oktober 2021 um 20.15 Uhr „The Masked Singer“ live auf ProSieben in die fünfte Staffel. Auch die Vermarktungspartner setzen auf die Verknüpfung von TV und Online: In der neuen Staffel von „The Masked Singer“ gibt es zum ersten Mal eine **elfte Maske: DER TIGER** tritt exklusiv und ausschließlich in dem digitalen Spin-Off **„The Masked Singer Ehrmann Tiger“** auf Social Media an. Titelsponsor der Online-Show ist **Ehrmann**. Als Programm-Sponsor in TV und Digital ist **Dr. Oetker** auch dieses Mal wieder dabei. Die **Spezialitäten-Biermarke Köstritzer** wirbt als Digital-Sponsor mit verschiedenen Bausteinen in der „The Masked Singer“-Fanwelt und ist im TV mit Cut-Ins on Air. **HARIBO** präsentiert mit seiner Marke MAOAM das „red.spezial“ – direkt im Anschluss an „The Masked Singer“. Darüber hinaus sind unter anderem **McDonald's Deutschland, Nø Cosmetics, REWE** und viele mehr mit unterschiedlichen TV-Mediabausteinen dabei.

Digitales Spin-Off „The Masked Singer Ehrmann Tiger“

Ab Samstag, 16. Oktober 2021, gibt es jede Woche parallel zur TV-Ausstrahlung von „The Masked Singer“ einen neuen, exklusiven Gesangsauftritt vom Tiger in der #MaskedSinger-Onlinewelt. Immer dienstags folgt ein Indizien-Clip mit versteckten Hinweisen auf seine Identität. Alle Zuschauer:innen und Fans können über die ProSieben-App miträtseln. Auflösung und Enthüllung des Tigers am Samstag, 20. November – natürlich exklusiv im Netz. Ehrmann ist zusätzlich mit Product-Placements präsent.

Die Werbepartner

Dr. Oetker präsentiert „The Masked Singer“ als TV- und Digital-Sponsor mit seinem Produkt „Die Ofenfrische“. **HARIBO/MAOAM** ist TV-Sponsor des „red.spezial“, das im Anschluss an „The Masked Singer“ läuft.

Köstritzer hat ein umfangreiches Digital-Paket der „The Masked Singer Fanwelt“ gebucht und ist zudem mit mehreren Cut Ins in Form eines Rate-Quizz sowie Native Ads präsent. Im TV laufen zudem Cut In Zooms.

McDonald's Deutschland ist bereits zum vierten Mal als Werbepartner mit an Bord, natürlich wieder mit dem „Monsterchen“ und dem „Alien“. Dieses Mal freuen sich die beiden in Cut Ins, TV Programmsplits und auf Social über den legendären „Hamburger Royal Käse“.

Nø Cosmetics ist als neuer Partner mit Cut-Ins in der Vorklappe, dem Count-Down zur Life-Show, präsent. **REWE** bewirbt mit Cut-Ins das „Sammel-Entdeckeralbum Wilde Helden“.

Die neuen Plüsch-Charaktere

Bereits seit der ersten Staffel bietet Seven.One Licensing die Publikumsbeliebte der Show mit viel Liebe zum Detail als Plüsch-Charaktere an. Zu den Bestsellern gehört das „Monsterchen“, das exklusiv im „The Masked Singer“-Webshop, bei Drogerie Müller und auch bei Rossmann sowie im Webshop (<https://the-masked-singer-shop.de>) bestellt werden kann. Pünktlich zur fünften Staffel kommen die drei Charaktere der „Dinosaurier“, der „Monstronaut“ und der „Leopard“ als Plüschtiere in den Handel.

Die fünfte Staffel „The Masked Singer“, ab 16. Oktober 2021 immer samstags, 20:15 Uhr, live auf ProSieben und auf Joyn

„The Masked Singer Ehrmann Tiger“ ab Samstag, 16. Oktober 2021, parallel zur TV-Ausstrahlung von „The Masked Singer“ in der ProSieben-App und in der [#MaskedSinger-Online-Welt](#)

Pressekontakt:

Dr. Carola Hesse

Communications & PR
Strategy, Digital & Sales
phone: +49 (0) 89 95 07 – 24 10
email: carola.hesse@seven.one

Seven.One Entertainment Group GmbH
Medienallee 7 · 85774 Unterföhring
www.Seven.One