

PRESSEMITTEILUNG

Nachhaltigkeit im Fokus: SevenOne Media und SevenOne AdFactory setzen umfassende Kampagne für Reckitt Benckiser um

- **Exklusives Sponsoring der Green Seven Week mit der Marke „Finish“**
- **Weniger Wasser, mehr Bäume: Konzeption von Mitmach-Kampagne mit Sendergesicht Matthias Killing**

Seite 1 von 2

Unterföhring/Heidelberg, 17. September 2020. Volle Aufmerksamkeit für den Wald: Reckitt Benckiser (RB) ist mit der Marke Finish diesjähriger Sponsor der Green Seven Week (21.-27.09.) zum Thema „Unser Wald Brennt“ auf ProSieben. Der Reinigungshersteller setzt damit ein weiteres Highlight in seiner aktuellen Nachhaltigkeits-Initiative. Darüber hinaus hat die SevenOne AdFactory eine umfassende Engagement-Kampagne zum aktuellen Nachhaltigkeitsfokus konzipiert.

Ansprechpartner:

ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH

Maurice Böhler
Senior Manager / Sprecher Sales
Communications & PR
Strategy, Digital & Sales
Tel.+49 [89] 95 07-4139
Maurice.Boehler@ProSiebenSat1.com

Medienallee 7
D-85774 Unterföhring

Pressemitteilung online:
www.sevenonemedia.de

Im Zuge des Sponsorings der Green Seven Week laufen die Spots und Opener für RB's Produkt „Finish Quantum Ultimate“ in den Umfeldern der „Green Seven Week“. Der Spot weist unter dem Motto „Kein Vorspülen – Wasser sparen“ zum verantwortungsvollen Umgang mit Wasser hin – schließlich verschwenden alleine die Deutschen jährlich bis zu 15,3 Milliarden Liter alleine durch das Vorspülen des Geschirrs.

Zusätzlich zum Sponsoring hat die SevenOne AdFactory in-house für den bestehenden „Finish Quantum Ultimate“-Spot einen Tag-On (Spot-Zusatz) mit Sendergesicht Matthias Killing als Testimonial produziert, der nochmals sehr persönlich auf das Thema aufmerksam macht und unter dem Hashtag [#FinishspartWasser](#) zum Mitmachen auf diversen Social Media Plattformen einlädt. Der Absender des Gewinnerposts entscheidet im Anschluss, in welcher Region Finish 10.000 Bäume pflanzen lässt, die besser mit dem Klimawandel umgehen können. Alle Informationen finden die Zuschauer auf einer eigens konzipierten [Landingpage](#), die TV-Spots zur Kampagne laufen auf

allen Sender der SevenOne Entertainment Group. Die Kampagne zum Wasser sparen und dem Aufforstungs-Projekt wird mit Matthias Killing im Rahmen von TV Advertorials und im Umfeld des SAT.1 Frühstücksfernsehen begleitet.

„Die Kampagne zeigt eindrucksvoll, wie die SevenOne Entertainment Group schlagkräftige und vernetzte Kampagnen umsetzen kann: Vom klassischen Sponsoring unserer wichtigen Green Seven Week, über die Spot-Produktion mit Testimonial bis hin zu Branded Content bieten wir hier konzeptionell und im engen Dialog mit dem Kunden alles aus einer Hand!“ **sagt Thomas Wagner, Chief Sales Officer und Geschäftsführer SevenOne Entertainment Group.**

„Die Green Seven Week ist für uns inhaltlich ein echter Volltreffer – ein perfektes Umfeld für unsere Nachhaltigkeitskampagne „Finish spart Wasser“, um Relevanz und Glaubwürdigkeit zu steigern. Durch die persönliche Ansprache der Zuschauer mit Matthias Killing und die Vernetzung der einzelnen Bausteine über diverse Plattformen hinweg entsteht eine runde Kampagne mit hohem Aufmerksamkeitswert!“ **ergänzt Thorsten Müller, Head of Media bei RB.**