



Presse / 2010 / Produktplatzierung bei „Schlag den Raab“: Kandidat Thorsten und Stefan Raab fahren rückwärts mit dem Nissan Juke

In Zusammenarbeit mit der OMD Düsseldorf setzt BRAINPOOL Artist & Content Services GmbH den Nissan Juke bei „Schlag den Raab“ in Szene. Im Rahmen der 24. Ausgabe der Show am 18. September 2010 traten Stefan Raab und sein Herausforderer Thorsten im Spiel „Rückwärtsfahren“ mit zwei Nissan Juke gegeneinander an. Aufgabe war es, schnellstmöglich im Rückwärtsgang durch einen Hindernis-Parcours zu fahren. Nach dem Modus „Best of 7“ reichten Stefan Raab vier Gewinndurchgänge, um das Spiel für sich zu entscheiden. Dennoch konnte Kandidat Thorsten am Ende der Show den Gesamtsieg einfahren und eine Millionen Euro Preisgeld mit nach Hause nehmen.

In Zusammenarbeit mit der OMD Düsseldorf setzt BRAINPOOL Artist & Content Services GmbH den Nissan Juke bei „Schlag den Raab“ in Szene. Im Rahmen der 24. Ausgabe der Show am 18. September 2010 traten Stefan Raab und sein Herausforderer Thorsten im Spiel „Rückwärtsfahren“ mit zwei Nissan Juke gegeneinander an. Aufgabe war es, schnellstmöglich im Rückwärtsgang durch einen Hindernis-Parcours zu fahren. Nach dem Modus „Best of 7“ reichten Stefan Raab vier Gewinndurchgänge, um das Spiel für sich zu entscheiden. Dennoch konnte Kandidat Thorsten am Ende der Show den Gesamtsieg einfahren und eine Millionen Euro Preisgeld mit nach Hause nehmen.

„Schlag den Raab“ hatte wie zu erwarten den absoluten Quotensieg des Tages eingeholt und mit insgesamt 4 Millionen Zuschauern (31,3% Marktanteil in der werberelevanten Zielgruppe der 14-49-jährigen. Quelle: ProSieben) alle Rekorde gebrochen. Neben der höchsten Reichweite, die eine „Schlag den Raab“-Show je erzielt hat, profitierte der Nissan Juke auch von der redaktionellen Ausgestaltung der Produktplatzierung. Raab stellte abermals seine motorsportlichen Qualitäten unter Beweis und der Nissan Juke konnte sich als dynamisches Crossover-Fahrzeug beweisen.

Damit konnte BRAINPOOL Artist & Content Services bereits die zweite erfolgreiche Produktplatzierung bei „Schlag den Raab“ umsetzen. Schon in der letzten Ausgabe am 8. Mai spielten Raab und sein Herausforderer mit dem m-Ball von M&M's Fußball, nachdem die redaktionelle Produktplatzierung erst kurz zuvor durch den 13. Rundfunkänderungsstaatsvertrag möglich wurde.

Über BRAINPOOL Artist & Content Services GmbH:

Die BRAINPOOL Artist & Content Services GmbH ist eine 100-prozentige Tochter der BRAINPOOL TV GmbH und unter anderem für die Auswertung und Vermarktung in den Bereichen Digital Media, Mobile, Telefonmehrwert-dienste, DVD, Merchandising/Lizenzen sowie Marketing- und Testimonial-Kooperationen zuständig.

