

PRESSEMITTEILUNG

Adrenalingeladene Markenintegrationen: Seven.One Media gewinnt HOLY, Samsung, FitnessFirst, NordVPN und Hansaplast für das dritte „THE RACE“-Abenteuer

Unterföhring, 9. März 2026. Das erfolgreichste Creator-Format auf Joyn gibt wieder Vollgas: Seit dem 8. März läuft die dritte Staffel von „THE RACE“ – dem preisgekrönten Adventure-Format von YouTuber David Heinrichs alias „DAVE“ – kostenlos auf Joyn. Zwei Wochen später folgen die Episoden auch auf YouTube. Eine bedeutende Neuerung prägt die neue Staffel: Erstmals zeichnet studio flitz, die 2025 gegründete ProSiebenSat.1-Tochter, für die komplette Produktion verantwortlich, die Vermarktung liegt in den Händen der Seven.One Media. Damit sind Kreation, Umsetzung und Vermarktung erstmals gebündelt unter dem Dach von ProSiebenSat.1, was den Weg für besonders harmonische und kreative Markeninszenierungen ebnet. So konnte Seven.One Media **HOLY, Samsung Electronics, FitnessFirst, Saily eSIM** und **Hansaplast** für die neue Staffel begeistern.

Lennart Harendza, Chief Revenue Officer Seven.One Media: „THE RACE‘ zeigt eindrucksvoll, welche Anziehungskraft reichweitenstarke Creators und ein adrenalinreiches Abenteuer-Format haben können – für Zuschauer:innen ebenso wie für Werbekunden. Dank der Inhouse-Produktion konnten wir die Vermarktung früh strategisch mitdenken und so besonders wirkungsvolle Integrationen realisieren. Und das Ergebnis kann sich sehen lassen: Mit der neuen Staffel haben wir Marken aus den unterschiedlichsten Branchen wie Beverage, Technik und Fitness dabei, die von der packenden Storyline, der Strahlkraft der Creators und einer beeindruckenden digitalen Reichweite profitieren.“

Die Berliner Softdrink-Marke **HOLY** begleitet die gesamte Staffel als Getränkepartner mit einem umfangreichen Placement-Paket: So gehören Getränke-Pulver und passende Shaker zur Grundausstattung aller Teilnehmenden – und begleiten sie durch die körperlichen und mentalen Herausforderungen des Wettbewerbs. **Samsung Electronics** rückt parallel seine neueste Smartwatch prominent ins Rampenlicht: Alle Teilnehmenden tragen die aktuelle Galaxy Watch Ultra, deren Tracking-Funktionen elementarer Bestandteil des Formats sind. So wird die Smartwatch in besonderen Situationen auch über eingeblendete Datentafeln mit Puls, absolvierten Schritten und zurückgelegter Entfernung der Creators eingebunden. Die Samsung-Integrationen wurden in Zusammenarbeit mit der

Product-Placement-Agentur PARTICIBRAND realisiert, die Samsung Electronics Germany seit 2023 betreut.

Ergänzend bietet Seven.One Media erstmals auch die Werbeform „YouTube-Folgenpartnerschaft“ an: einen rund 90-sekündigen, direkt in die YouTube-Folge integrierten Spot, in dem ein Creator aus der Staffel ein Produkt authentisch und im Look & Feel des Formats präsentiert. Den Auftakt machte **FitnessFirst** (Agentur: PIA Media) mit drei Folgen in der vorangegangenen Wildcard-Challenge „THE RACE – Die Wildcard Challenge“. Zusätzlich begleitet FitnessFirst die Staffel mit einem Joyn Fitness Tipp, der auf die Fitness-Clubs und Hyrox-Angebote in ausgewählten Studios aufmerksam macht. In der anschließenden Hauptstaffel „THE RACE“ übernimmt die Marke **Saily** die YouTube-Folgenpartnerschaft, um so auf ihren von den Machern von NordVPN entwickelten eSIM-Service aufmerksam zu machen, während im weiteren Verlauf der Staffel auch HOLY und **Hansaplast** als Folgenpartner folgen.

Die dritte Staffel von „THE RACE“ läuft seit Sonntag, 8. März, kostenlos immer mit zwei Folgen wöchentlich auf Joyn.

Pressekontakt:

Kristina Schreiber
Senior PR Managerin / Business Communications
Seven.One Entertainment Group
Tel. +49 (0) 89 95 07 2410
E-Mail: Kristina.Schreiber@seven.one
Medienallee 7 · 85774 Unterföhring
www.seven.one

Seven.One Media

Ein Unternehmen der



Die Seven.One Entertainment Group ist eine 100-prozentige Tochter der ProSiebenSat.1 Media SE. Seit Oktober 2020 vereint die smarte Entertainment-Company alle Sendermarken der Gruppe sowie das Content-, Digital-, Distributions- und Vermarktungsgeschäft unter einem Dach. Die Seven.One Entertainment Group gilt als Innovationstreiber im AdTech-Bereich und steht für starke Content-Marken über die die Nation spricht – und das auf allen Plattformen.