

## Pressemitteilung

### Neu im Tiefkühlregal: „Die drei ???“-Pizza mit Rätsel-Clou



München/Stuttgart/Berlin, im März 2022 – Seit dem 28. März 2022 ist die erste „Die drei ???“-Pizza im Handel erhältlich. Aus Rocky's Pizzeria kommt sie direkt in die Tiefkühltruhen teilnehmender Märkte wie Edeka, REWE und Globus sowie als Aktionsprodukt bei Aldi und Kaufland. Freiberger Lebensmittel, der weltweit größte Hersteller tiefgekühlter Pizen für Handelsmarken, bringt gleich zwei Sorten auf den Markt: Salami unter dem Namen „Der Feuerrote Teufel“ und Viel Käse als „Die gefährliche Spur“. Der Clou: Während der Backzeit gilt es, einen kniffligen „Die drei ???“-Fall zu lösen!

Die „Die drei ???“-Pizza ist ein gemeinsames Projekt des Convenience-Food Spezialisten Freiberger Lebensmittel, dem KOSMOS Verlag als Marken-Lizenzgeber sowie Content-Entwickler und Sony Music als Initiator, Marketing- und Projektlead. Ob Salami oder Viel Käse, diese Pizza wäre keine echte „Die drei ???“-Pizza, wenn sie einfach nur lecker wäre – das Besondere: Sie gibt selbst Rätsel auf! Während der Backzeit gilt es, gemeinsam mit den drei Detektiven Justus, Peter und Bob, einen interaktiven Rätsel-Fall zu lösen. Eine wichtige Rolle spielt dabei der mitgelieferte Pizzakarton. Der offizielle Absendername: „Rocky's Pizza“, ein italienischer Pizzabäcker, der sein Restaurant in Rocky Beach betreibt. Auf dem Karton befindet sich nicht nur ein QR-Code, er ist auch haptischer Lieferant für wichtige Hinweise zur Lösung des Falls. Nach Scannen des QR-Codes mit dem Smartphone erwarten die heimischen Pizza-Bäcker eigens produzierte Mini-Hörspiele mit den original Sprechern der Die drei ???. Wer schafft es, während der zwölf Minuten Backzeit gemeinsam mit den Die drei ??? die Rätsel um den Feuerroten Teufel oder die gefährliche Spur zu lösen?



„Pizza spielt eine große Rolle in den Ernährungsgewohnheiten der Die drei ??? und passt als Convenience-Produkt perfekt zur Marke,“ sagt Arndt Seelig, Vice President Family & Home Entertainment bei Sony Music. „Als Label EUROPA veröffentlichen wir seit 43 Jahren mit Die drei ??? die erfolgreichste Hörspielserie der Welt. Wir wollen die Power der Marke und das starke visuelle Design nutzen, um unserer Community ein großartiges neues Produkt anzubieten, aber auch über alternative Distributionswege neue Zielgruppen mit der geheimnisvollen Welt von Die drei ??? bekannt zu machen. Die interaktive



Verknüpfung von Pizza, Rätsel und Content ist dabei ideal geeignet, ein neues emotionales Markenerlebnis zu schaffen.“

Lars Düsen, Vice President Sony Music Brand Partnerships: „Unsere Partnerschaft mit Freiberger und KOSMOS ist von gegenseitigem Verständnis für die Stärken der beteiligten Partner geprägt. Gemeinsam haben wir dafür gesorgt, die Welt der Die drei ??? passend mit der Pizza zu verbinden. Ziel unserer groß angelegten Marketingkampagne ist es, große und kleine Fans von Die drei ??? zu erreichen.“

Kirstin Kreppel, Head of Entertainment & Licensing bei KOSMOS ergänzt: „Ich freue mich sehr über die Lizenzpartnerschaft. Damit erweitern wir unsere Produktwelt rund um die drei erfolgreichen Detektive in den Bereich der Lebensmittel. In Zusammenarbeit mit unseren Partnern Freiberger und Sony entstand ein Produkt, das nicht nur qua Design im Stil der bekannten Die drei ???-Cover überzeugt, sondern durch die Integration von Content auch einen einzigartigen Mehrwert für die Konsument:innen bietet. Pizza-Liebhaber:innen und Fans von Die drei ??? dürfen sich freuen – so kurzweilig war das Warten aufs Essen noch nie!“

In Zusammenarbeit mit Autor und Illustrator Andreas Ruch entwickelte der KOSMOS Verlag zwei kompakte Fälle für Die drei ???. Verantwortlich für die Rätselentwicklung ist die Geheimpunkt GmbH, das Konzept erarbeitete Raphael Herrmann, das Design die Taste GmbH. Zur Unterstützung der Aktion wurde mit [drei-fragezeichen.de/pizza](https://drei-fragezeichen.de/pizza) eine eigene Landingpage konzipiert. Bei Sony Music waren Jan Studt (Head of Media & New Business), Maike Müller (Senior Content & AR Manager) und Elisa Linnemann (Head of Marketing) in der Umsetzungsverantwortung.

Zum Verkaufsstart am 28. März steuert Sony Music eine große, breit angelegte Kampagne über seine digitalen Kanäle. U.a. spricht Pizzabäcker Rocky Podcast Ads; Influencer berichten über Instagram und TikTok. Eine Kooperation mit Spotify sieht die Belegung von Home Page Take Over (HPTO) und Mobile Home Bannern vor. Bei ALDI wird ein Gewinnspiel umgesetzt, bei dem es gilt, ein „geheimes Ticket“ im Pizzakarton zu entdecken, um ein Produktpaket rund um Die drei ??? zu gewinnen.

**Pressekontakt:**

KOSMOS Verlag

Silke Ruoff

Head of PR & Communications

Tel. +49 (0) 711 21 91 454

E-Mail: [s.ruoff@kosmos.de](mailto:s.ruoff@kosmos.de)

little big things GmbH

Kerstin Schulze & Jessica Trute

[k.schulze@littlebigthings.de](mailto:k.schulze@littlebigthings.de), 0176 – 70 71 30 88

[j.trute@littlebigthings.de](mailto:j.trute@littlebigthings.de), 0176 – 83 47 42 14

**Über KOSMOS:**

Der KOSMOS Verlag mit Sitz in Stuttgart zählt zu den führenden Ratgeber-, Kinderbuch- und Spielverlagen. Das breit gefächerte Programm des Traditionsverlags umfasst erfolgreiche Naturführer wie „Was blüht



denn da?“, auflagenstarke Special Interest-Titel im Bereich Pferde und Heimtiere sowie weltweit bekannte Marken wie „CATAN“, „EXIT“ und „Die drei ???“.

[www.kosmos.de](http://www.kosmos.de)

### **Über Sony Music Entertainment**

Bei Sony Music Entertainment unterstützen und fördern wir Künstler:innen auf ihrem kreativen Weg. Sony Music Entertainment war in der Musikgeschichte vom ersten Musiklabel bis zur Erfindung der Schallplatte immer ein Vorreiter. Wir haben viele der bekanntesten Künstler:innen der Musikgeschichte aufgebaut und einige der einflussreichsten Tonträger aller Zeiten produziert. Heute arbeiten wir in mehr als 60 Ländern und unterstützen eine umfangreiche Liste an internationalen Superstars, neuen und unabhängigen Künstler:innen, sowie kreativen Visionären. Von unserer Position am Schnittpunkt von Musik, Unterhaltung und Technologie aus stecken wir Vorstellungsvermögen und Fachwissen in neueste Produkte und Plattformen, machen uns neue Geschäftsmodelle zu eigen, setzen bahnbrechende Tools ein und liefern eindrucksvolle Einblicke, die unseren Künstler:innen helfen, die Grenzen ihres Schaffens zu überschreiten und ein neues Publikum zu erreichen. In allem, was wir tun, sind wir künstlerischer Integrität, Transparenz und Unternehmertum verpflichtet. Sony Music Entertainment ist ein Bestandteil des globalen Unternehmens, Sony Corporation. Hier erfahren Sie mehr über unsere Künstler:innen, Creator und Labels.

[www.sonymusic.de](http://www.sonymusic.de)