

03.03.2011 - 10:12 Uhr

## Werden Sie Augenzeuge! / 13TH STREET Universal präsentiert "THE WITNESS - THE FIRST MOVIE IN THE OUTERNET"

München (ots) -

Im Rahmen der Relaunch-Kampagne "Andere haben Zuschauer. Wir haben Augenzeugen." präsentiert das neue 13TH STREET Universal gemeinsam mit Jung von Matt/Spree ein einzigartiges Live-Event. Der spektakuläre Mix aus Film und Real-Life-Game lässt seine Teilnehmer wortwörtlich zum Augenzeugen werden. Mit Hilfe einer eigens programmierten iPhone App geht der Spieler am 9. April auf gefährliche Mission mitten in Berlin.

- Spektakuläres Live-Event mitten in Berlin zum Sender-Relaunch
- Interaktion dank eigens programmierter Smartphone Software
- Mix von Film und Real-Life-Game, das Grenzen zwischen Realität und Fiktion verschwimmen lässt
- Teilnehmer können sich ab 14.3 auf [13thstreet.de](http://13thstreet.de) bewerben

"Rette Nadia!" - Das Leben des russischen Mädchens Nadja steht auf dem Spiel, denn sie ist Opfer eines mächtigen Menschenhändlerrings. Um die üblen Machenschaften der Russenmafia aufzudecken, hat sie Beweismaterial gesammelt, das sie im Netz veröffentlichen will. Doch die Schergen machen ihr einen Strich durch die Rechnung: Sie entführen das Mädchen und sind nun auf der Suche nach dem brisanten Material.

Mit THE WITNESS werden die Spieler in Berlins "Unterwelt" entführt: In einer Mischung aus Live-Szenarien mit Schauspielern und Filmszenen werden sie sich mit Hilfe einer aufwendig programmierten iPhone-App mitten in Berlin auf eine Mission um Leben und Tod begeben. Die Spieler von THE WITNESS werden Augenzeugen der Entführung und liefern sich nun eine Jagd mit den Entführern quer durch Berlin. Das Smartphone wird dabei zum unentbehrlichen Hilfsmittel, mit dem sie navigieren, Beweise sammeln und mit Verbündeten wie Kontrahenten kommunizieren. Zu Fuß, mit öffentlichen Verkehrsmitteln, oder im Auto wird der Spieler zu Berliner Locations gelangen, an denen er Hinweise auf Nadias Aufenthaltsort findet. Dabei wird er nie wissen, wem er vertrauen kann - und sich im Verlauf des Spiels immer öfter fragen: Was ist Fiktion und was ist Realität?

In Zusammenarbeit mit den Kommunikationsexperten von Jung von Matt/Spree präsentiert der Sender für Thrill & Crime im Rahmen seiner Relaunch-Kampagne das Aufsehen erregende Real-Life-Game, das am 9. April mitten in Berlin stattfinden wird.

Am 14. März, dem Relaunch-Tag von 13TH STREET Universal, startet die Bewerbung um die Teilnahme an THE WITNESS auf [13thstreet.de](http://13thstreet.de). Mehr Informationen: <http://www.13thstreet.de/videos/video/the-witness-live-in-berlin/>

Zur Realisierung von THE WITNESS als Teil einer groß angelegten integrierten Image-Kampagne auf allen Kanälen, arbeitete Jung von Matt/Spree mit den Partnern zusammen, mit denen 2010 bereits die auf nationaler wie internationaler Ebene preisgekrönte Idee "Last Call" für 13TH STREET Universal verwirklicht wurde. Dabei zeichneten @radical.media für die Produktion und die Powerflasher für die Programmierung der iPhone App verantwortlich.

Verantwortlich bei Universal Global Networks International Deutschland:

Dirk Böhm (Director Marketing & Kommunikation)  
Elmar Krick (Director On Air Promotion)  
Karin Zipperling (Senior Digital Marketing Manager)  
Henning Roch (Senior Marketing Manager)

Verantwortlich bei Jung von Matt/Spree:

Mathias Stiller, Mark Wilms (Geschäftsführung)  
Andreas Henke, Arndt Poguntke, Florian Kitzing (Creative Direction) Daniel Haschtmann, Stefanie Busse, Janic Eberhard (Art Direction) Julia Cramer (Produktion)  
Helen Seiffe, Steven Wörns (Beratung)  
Daniel Klipfel (Konzeption)

Verantwortlich bei @radical.media:

Joachim Revemann (Regie)  
Catherine Baikousis (Executive Producer)  
Christoph Callenberg (Drehbuch)  
Mathias Schöningh (Kamera)  
Ana Davila (Casting)  
Angelika Götz (Styling)  
Sven Gessner (Set Design)

Verantwortlich bei Powerflasher:

Carlo Blatz (Management)

Fabian Nöthe (Technical Concept/ User Experience Design / Interactive Producer)

David Lindlbauer, Meinhard Gredig (Technical Developer, Technical Concept)

Weitere beteiligte Unternehmen:

NHB Studios Berlin (Audioproduktion)

Yvonne Stroemer/ Thilo Both (Cutter)

Simone Legner (Producer)

Julian Holzapfel (Sounddesign)

Kai Beissner (Composer)

13TH STREET Universal ist eine Sendermarke von Universal Networks Deutschland. Sie ist in Deutschland, Österreich und der Schweiz über die Abo-TV-Plattform Sky zu empfangen. Außerdem ist 13TH STREET Universal über die digitalen Programmangebote der Kabelnetzbetreiber Kabel Deutschland (Kabel Digital Home), Unitymedia (Digital TV Family), Kabel BW (Kabel Digital Home), Telecolumbus und Primacom (Kabelkiosk) sowie über das digitale Paket des Kabelkiosk (Eutelsat) zu empfangen. Darüber hinaus ist 13TH STREET Universal via IPTV über die Pay-TV Pakete von T-Home, Alice (HanseNet) und Vodafone zu empfangen. In der Schweiz kann 13TH STREET Universal über den Kabelnetzbetreiber Cablecom, bei zahlreichen kleineren Kabelnetzbetreibern sowie über die Programm-Plattform Teleclub (Kabel und Bluewin IP-TV) empfangen werden, in Österreich bei UPC, AON-TV (IP-TV) und bei einigen Kabelnetzbetreibern auch über den Kabelkiosk.

Kontakt:

UNIVERSAL Networks Deutschland

Shoshannah Peter

Press & PR Manager 13TH STREET und Syfy

shoshannah.peter@nbcuni.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100022158/100620231> abgerufen werden.