

14.09.2015 - 10:25 Uhr

"Sei keine Kopie, sei du selbst!": TV-Sender A&E startet Awareness-Kampagne

München (ots) -

Der TV-Sender A&E, der am 22. September seinen ersten Geburtstag im deutschsprachigen Raum feiert, startet am 14. September eine Markenkampagne. In ihrem Mittelpunkt stehen Spots, die unter dem Motto "Sei keine Kopie, sei du selbst!" den Claim des Senders "Be Original" aufgreifen.

Eine Kunststudentin, die sich erfolglos als szenige Graffiti-Sprayerin versucht, ein Genießer, der in der Rolle eines Konditormeisters scheitert, und ein Radfahrer, der trotz voller Ledermontur auf dem Motorrad eine erbärmliche Figur abgibt. Dies sind die Hauptfiguren der neuen Markenkampagne des TV-Senders A&E, der am 22. September seinen ersten Geburtstag im deutschsprachigen Raum feiert. Die Kampagne rückt mit etwas Humor Charaktere in den Mittelpunkt, die kläglich in Rollen scheitern, für die sie partout nicht geeignet sind.

Die Botschaft "Sei keine Kopie, sei du selbst!" spielt auf den Claim "Be Original" und auf das Konzept des Senders an, der rund um die Uhr innovatives Reallife Dokutainment, echte Originale und deren ungewöhnliche Erlebnisse und Lebensentwürfe zeigt. Zu aktuellen Programmhilights von A&E zählen international erfolgreiche Formate wie "Duck Dynasty", "Wahlburgers" und "Storage Wars - Die Geschäftemacher". Die Kampagne knüpft pünktlich zum ersten Sendergeburtstag an die Launchkampagne aus dem vergangenen Jahr an, in der die A&E Erfolgsserien und ihre Protagonisten im Mittelpunkt standen. Sie konzentriert sich nun formatunabhängig auf die Menschen, die der Zielgruppe von A&E - Männer und Frauen im Alter zwischen 25 und 54 Jahren - entstammen könnten, sowie auf Situationen, die aus dem echten Leben gegriffen sind.

Die drei Spots sind ab dem 14. September auf der Kampagnenseite www.ae-tv.de/beoriginal sowie senderübergreifend on air und vor allem flächendeckend online zu sehen. Die Kampagnenspots und weitere Werbemittel werden außerdem via Out of Home und Social Media verbreitet. Begleitet wird der Kampagnenstart von einem Gewinnspiel. Die Teilnehmer sind dazu aufgefordert, ein Foto auf die Kampagnenseite zu laden oder es via Twitter oder Instagram mit dem Hashtag #beoriginal zu posten. Mit dem Foto sollen die Teilnehmer zeigen, inwiefern sie ein echtes Original sind.

Die Konzeption und Umsetzung der Awareness-Kampagne verantwortet die Münchner Agentur Pixelschickeria. Für die virale Verbreitung der Videos holt sich A&E Unterstützung bei der dot.gruppe in Hamburg. Für den Mediamix setzt der Sender auf die Münchner Brainagency.

"Auf A&E stehen außergewöhnliche Charaktere und echte Originale im Mittelpunkt. Unsere Awareness-Kampagne ruft mit einem Augenzwinkern dazu auf, sich auf das Original in uns selbst zu besinnen. Ein Jahr nach dem erfolgreichen Senderlaunch wird die Kampagne dazu beitragen, die Bekanntheit von A&E als starke Entertainmentmarke im deutschsprachigen Raum weiter auszubauen", so Sebastian Wilhelmi, Director Marketing & Communications der The History Channel (Germany) GmbH & Co. KG, einem Joint Venture von A+E Networks Deutschland und NBC Universal Global Networks Deutschland, das im deutschsprachigen Raum die Sender A&E und HISTORY betreibt und vermarktet.

Weitere Informationen zu A&E finden Sie unter www.ae-tv.de sowie unter www.facebook.com/aetvDeutschland.

Über A&E:

A&E zeigt rund um die Uhr innovatives Reallife Dokutainment. Gemäß seinem Claim "Be Original" zeigt der Sender echte Originale und deren ungewöhnliche Erlebnisse und Lebensentwürfe. Das Programm verbindet fesselnde Familiengeschichten, spannende Deals, gefährliche Crime-Formate und Serien, die die Grenze der menschlichen Wahrnehmung überschreiten, zu einem facettenreichen Entertainment-Erlebnis. A&E wird weltweit in mehr als 160 Millionen Haushalten in über 75 Ländern empfangen. In Deutschland, Österreich und der Schweiz wird der nichtfiktionale digitale Sender als Joint Venture aus A+E Networks und NBC Universal Global Networks Deutschland betrieben und vermarktet. Die Verbreitung erfolgt über Kabel, Satellit, IP- und Mobil-TV. A&E kann über Sky, Vodafone, Unitymedia, Kabelkiosk, Telekom, Vodafone, Primacom, A1, Hutchinson 3G, UPC Cablecom, Swisscable und UPC Austria bezogen werden. Eine Auswahl der Sendungen von A&E ist als Video on Demand-Angebot auf verschiedenen Plattformen, u.a. auf Maxdome, verfügbar. Weitere Informationen zum Empfang gibt es unter ae-tv.de, ae-tv.at und ae-tv.ch.

Kontakt:

Nicolas Finke
Head of Press
Tel.: 089/38199-731
Fax: 089/38199-9731
E-Mail: nicolas.finke@aenetworks.de
ae-tv.de

Sebastian Wilhelmi
Director Marketing & Communications
Tel.: 089/38199-730
Fax: 089/38199-9730
E-Mail: sebastian.wilhelmi@aenetworks.de
ae-tv.de

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100056387/100777716> abgerufen werden.