



„Du hast die Macht!“ ProSieben MAXX startet zum Geburtstag große Tune-In-Kampagne

Unterföhring, 28.08.2014. Der eine benutzt sie als Rasierer, der andere fürs Hanteltraining, wieder einer als Laserschwert oder, um sein Bier zu öffnen: Sie alle haben die „Macht“ – und nutzen sie, um ProSieben MAXX einzuschalten. ProSieben MAXX stellt eine Fernbedienung in den Mittelpunkt der groß angelegten Tune-In-Kampagne, die der jüngste Sender der ProSiebenSat.1-Gruppe pünktlich zum ersten Geburtstag deutschlandweit on air, off air, out of home und online startet.

Seit dem 3. September 2013 ist ProSieben MAXX on air. Seit einem Jahr ist der Sender frei und kostenlos empfangbar. Dies möchte der junge Sender mit der zentralen Botschaft „Du hast die Macht!“ klar vermitteln. Denn mit der Fernbedienung in der Hand kann jeder Zuschauer eigenmächtig bestimmen, was auf den Bildschirm kommt: TV einschalten und Sendersuchlauf starten!

Die On-Air-, Off-Air, Out-of-Home- und Online-Kampagne startet am 30. August 2014 mit einem Tune-In-Masterspot, der die jungen Männer mit ihrer vielseitig einsetzbaren „Macht“ zeigt. Dabei wird die Fernbedienung als zentrales visuelles Element der Kampagne zweckentfremdet: als Rasierapparat, Schweißgerät, Lichtschwert oder Flaschenöffner. ProSieben MAXX macht deutlich: In jeder Lebenssituation ist er der Sender für Männer, die wissen, was sie wollen. Weitere On-Air-Elemente wie ein Primage-Spot, Highlighttrailer, Kombitrailer, WOPs und TOPs ergänzen die TV-Kampagne auf ProSieben MAXX und in der Cross Promotion auf den Schwestersendern.

Off air wirbt ProSieben MAXX ab Ende August bundesweit in über 100 Städten mit City Light Postern und Digitalen Screens sowie mit Anzeigen in 15 verschiedenen Publikationen – u.a. in Auto BILD, BILD am Sonntag, Focus, Stern, TV 14, TV Digital. Auf den Printmotiven verschmelzen der ProSieben MAXX-Zuschauer – mit Fernbedienung! – und ProSieben MAXX-Stars wie Kevin Spacey („House of Cards“) oder Charlie Hunnam („Sons of Anarchy“) diagonal zu einer Person: Der Zuschauer taucht in die Welt von ProSieben MAXX, sobald er einschaltet, und erlebt die große Programmviefalt.

Mit neuen Key Visuals bietet www.prosiebenmaxx.de alle Informationen zum Empfang von ProSieben MAXX. Flankierende Online-Maßnahmen sind außerdem Display Ads, Pre Rolls in Videos, Apps im Smart TV sowie Aktionen auf allen Social-Media-Kanälen.

Malte Hildebrandt, Leitung Central Marketing der ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH: „ProSieben MAXX entwickelt sich seit seinem Start kontinuierlich und großartig, hat aber



auch noch weiteres Potenzial. Dies möchten wir mit der Tune-In-Kampagne und einer klaren call-to-action-Message aktivieren: ProSieben MAXX ist frei empfangbar und bietet die beste Wahl für Männer, die wissen was sie wollen!“

Die Tune-In-Kampagne von ProSieben MAXX wurde im Auftrag des ProSieben MAXX-Marketings bzw. des Brand-Managements der ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH von der Inhouse-Agentur Creative Solutions entwickelt und realisiert.

Zwei Motive erhalten Sie über OBS, weitere (Bewegt-)Bilder gern auf Anfrage!

Kontakt:

ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH

Dagmar Brandau

Kommunikation/ PR

Communication Projects

Tel.: +49 (89) 9507-2185

dagmar.brandau@prosiebensat1.com