

24.02.2011 - 12:20 Uhr

Werden Sie Augenzeuge! / Relaunch mit neuem Programm, neuen Serien, neuem Thrill: 13TH STREET heißt ab Mitte März 13TH STREET Universal

München (ots) -

Ab 14. März, Punkt 20:13 Uhr, präsentiert sich 13TH STREET Universal im neuen Gewand: Mit neuem Logo sowie neuem On und Off Air-Design lädt der Sender für Thrill & Crime den Zuschauer ein zu einem Programm, das zu packend ist um abzuschalten: Im Fokus des Sendergeschehens steht von da an das intelligente, hochwertige Crime-Drama, das seinen Zuseher herausfordern wird. Begleitet wird der Relaunch von einer innovativen, integrierten Kampagne auf allen Kanälen mit dem Motto: "Andere haben Zuschauer. Wir haben Augenzeugen"

- Re-Design mit neuem Logo und innovativem On und Off Air-Design
- Re-Positionierung mit großer integrierter Imagekampagne
- Neue Filme und Serien in deutscher Erstausrahlung in 16:9 und mit Originalton-Option
- Programm-Highlight: das 13TH STREET Original "Shattered",

"Numb3rs" und "Flashpoint" Staffel 3

Konkurrenz belebt das Geschäft, das gilt auch und gerade für das Pay-TV Geschäft. Um 13TH STREET im deutschsprachigen Gebiet wie auch weltweit eine einzigartige Markenidentität zu verleihen, kreiert Universal Networks International Deutschland ein neues 13TH STREET Universal, das sich von anderen Sendern klar absetzt. Das schafft der Sender für Thrill & Crime mit seinem neuen Logo sowie dem visionären On und Off Air-Design, das in globaler Zusammenarbeit entstanden ist und mit spannungreicher Bildsprache den Markenkern unterstützt. Nicht zuletzt bietet 13TH STREET Universal auch Programm, das der Zuschauer so nur bei seinem Sender für Thrill & Crime findet. Ins Besondere die in internationaler Koproduktion entstandenen "13TH STREET Originals" bieten exklusive Unterhaltung, die fesselt, mitfiebern lässt und immer wieder überrascht - und zwar wie gewohnt ohne Werbeunterbrechung und ab 14. März in 16:9 Breitbild und zusätzlicher Originalton-Option.

Zum Relaunch entstand in Zusammenarbeit mit den Kommunikationsspezialisten von Jung von Matt/Spree eine integrierte 360° Imagekampagne, die erneut unter Beweis stellt, dass sich Universal Networks International Deutschland nicht scheut, in Sachen Kommunikation neue Wege zu gehen: Ausgehend von der Vorstellung, das Publikum mit 13TH STREET Universal derart zu involvieren, dass es zum Augenzeugen gerät, wurden Imagespots und - darauf aufbauend - Anzeigenmotive entwickelt, die den Zuschauer nicht als normalen Fernsehkonsumenten zeigen. Zwar trägt er Unterhemd und Pyjamahose und isst Pizza und Chips, doch sitzt er eben nicht auf seiner Couch vor dem Fernseher. Stattdessen befindet er sich am Tatort inmitten des Geschehens und wird damit zum Augenzeugen des Verbrechens. Die aufwendig produzierten Imagespots, die im Pay- und Free-TV sowie im Kino eingesetzt werden, zahlen dabei auf den natürlichen Voyeurismus des Betrachters ein, versetzen ihn in Hochspannung und erzeugen Neugierde auf einen TV-Sender, der es versteht, seinen Zuschauer herauszufordern. Die Printmotive werden im Rahmen des Relaunches in Programm-, Lifestyle und Frauenmagazinen geschaltet sowie als Citylight-Poster und mobile Projektionen in Berlin zu sehen sein. Flankiert wird die Kampagne mit Pre-Rolls und Online Banner im digitalen Bereich.

Des Weiteren lässt 13TH STREET Universal zusammen mit Jung von Matt/Spree dank eines einzigartigen Live-Games als Verlängerung der Kampagne sein Programm in letzter Konsequenz Realität werden. Mehr Informationen zum innovativen Mix aus Film und Reallife-Event "THE WITNESS - THE FIRST MOVIE IN THE OUTERNET", das von der Produktionsfirma @radical.media und der Multimedia Full Serviceagentur Powerflasher sowie der Film- und Fernsehproduktion nhb Studios Berlin umgesetzt wird, folgen in Kürze. Außerdem wartet im Rahmen eines zweiten Kampagnen-Flights Mitte April ein Online-Special auf die User des redesigneden 13thstreet.de. Weitere Informationen erfolgen auch hier zeitnah.

In Sachen Programm präsentiert das neue 13TH STREET Universal am Relaunchabend ab 20.13 Uhr die brandneue "13TH STREET Originals"-Serie "Shattered". Im Mittelpunkt dieser Universal Networks International Koproduktion, die fortan immer montags in Doppelfolge und mit Originalton-Option als deutsche TV-Premiere zu sehen sein wird, steht Callum Keith Rennie (u.a. "Californication" und "24") als Ben Sullivan, Ermittler einer kanadischen Mordkommission, der ein dunkles Geheimnis hütet. Im Anschluss wartet auf die Zuschauer mit "Alpha Dog" die Verfilmung einer wahren Begebenheit. Wie eine Kette unheilvoller Ereignisse den kleinen Drogendealer Jesse James Hollywood alias Jonny Truelove (Emile Hirsch) zu einer der jüngsten Personen werden lässt, die das FBI je auf seiner Most Wanted Liste führte, erzählt dieser hochkarätig besetzte Shockbuster. Ab Dienstag, den 15. März, startet dann auf dem 20.13 Uhr Sendeplatz mit "Numb3rs" in Doppelfolge das ungleiche Brüderpaar Don und Charlie ihre Ermittlungen, bei denen herkömmliche Ermittlungsmethoden nicht mehr greifen. Stattdessen wird Mathe-Genie Charlie tätig und überführt die Verbrecher mit Hilfe angewandter Mathematik. Last but not least wird ab 2. April die Geduld der deutschen Fangemeinde von "Flashpoint" belohnt: Dann startet Staffel 3 der erfolgreichen Crime-Serie in deutscher Erstausrahlung und zeigt die "Strategic Response Unit" in neuen brandgefährlichen Einsätzen, die sie abermals an den Rand dessen treiben, was ein Mensch verarbeiten kann.

13TH STREET Universal ist eine Sendermarke der 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
Telefon: +49-89-381990

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100022158/100619777> abgerufen werden.