



Pressemitteilung

„Sei Kein Horst. Hol dir HD+“

HD+ startet 360°-Kampagne mit Horst Schlämmer

- Horst Schlämmer, eine der beliebtesten Figuren von Hape Kerkeling, ist zurück auf dem Bildschirm: In den neuen TV-Spots von HD+
- Kampagnenmotto: „Sei kein Horst. Hol dir HD+“
- Erster TV-Flight startete am 4. September
- In den TV-Spots holt Horst Schlämmer mit HD+ das Beste aus seinem neuen TV raus
- Bewegtbildkampagne wird flankiert durch eine Print- und Digitalkampagne, Social Media, Adressable TV sowie umfassende Werbemitteln am PoS
- Exklusives Interview mit Horst Schlämmer im Rahmen der Dreharbeiten (im Anhang)
- Die Kampagne ist erstes Ergebnis der neuen Zusammenarbeit zwischen HD+ und thjnk München

Unterföhring, 05. September 2022 – Nach knapp achtjähriger TV-Abstinenz kehrt Horst Schlämmer mit den neuen TV-Spots von HD+ zurück auf die Bildschirme. Die Fans des Fernsehpreisträgers von 2006, des Kanzlerkandidaten der HSP („Horst-Schlämmer-Partei“) und des stellvertretenden Chefredakteurs des „Grevenbroicher Tagblatt“ kommen bei diesem Wiedersehen voll auf ihre Kosten.

Denn: Horst Schlämmer ist noch immer ganz der Alte – dickbäuchig, Trenchcoattragend und nach wie vor keine Spur von Selbstzweifeln. Ein Mensch, der an- und ausspricht, was andere zwar oft denken, es aber lieber für sich behalten. Und genau hier setzen die neuen Spots von HD+ mit Horst Schlämmer, der Kultfigur des Star-Entertainers Hape Kerkeling, an.

Mehrere Spots – eine Aussage: „Sei kein Horst. Hol dir HD+“

Horst Schlämmer wird im Haupt-Spot der neuen Kampagne stolzer Besitzer eines neuen Fernsehers. Die Freude ist groß: „HD, isch komme!“ Sein Problem: Kein HD-Bild. Im Gegenteil: alles unscharf, sogar mit Brille.

Dem Elektrofachhändler, der das Gerät aufgestellt hat, ruft er daher hinterher: „Hömma. Dat Ding ist kaputt ...“. Und auch der Nachbar, dem er das Gerät in einem der weiteren Produkt-Spots stolz vorführt, ist irritiert: „Horst, das Bild ist ja total unscharf.“ Worauf Horst mit seinem typischen Lachen und Grunzen antwortet: „Ich dachte schon, ich hab einen zu viel intus.“

Die Lösung kommt mit HD+

Horst erinnert sich an die HD+ TV-App und aktiviert sie auf seinem Fernseher. Stolz kann er verkünden: „Isch hab scharf. Weisse Bescheid.“

In weiteren Produkt-Spots wird gezeigt, wie Horst Schlämmer dank der HD+ TV-App die Mediatheken nach seinen Lieblingssendungen durchsuchen („Das Horst-System“) und mit HD+ ToGo Fernsehen auch unterwegs in HD-Qualität sehen kann: „Genial – jetzt hab isch dat Fernsehen auf Tasche.“



„Mach's einfach“ – mit der HD+ TV-App

„Wer kennt das nicht: Der neue Fernseher ist schnell gekauft und im Geschäft sah alles so einfach aus. Aber zuhause fühlen wir uns beim Installieren wie ein Horst. Dabei möchten wir doch nur einfach mit dem besten Bild fernsehen! Horst Schlämmer ist die Verkörperung dieses Gefühls – nicht nur im Namen“, sagt Anika Köpping, Marketing-Leiterin bei HD+. Gemeinsam mit ihrem Team und dem Münchner Standort der Agenturgruppe thjnk hat sie die neue Kampagne entwickelt und umgesetzt.

„Um das Beste aus seinem neuen Fernsehgerät herauszuholen, muss man gar nicht erst lange die Bedienungsanleitung studieren, denn eigentlich ist die Lösung ganz einfach“, erläutert Anika Köpping die Ausgangsidee. „Die HD+ TV-App ist in den neuen Geräten fast aller Hersteller bereits integriert. Die Zuschauer:innen brauchen einfach nur die App aktivieren und erhalten damit nicht nur ein scharfes Bild in HD-Qualität, sondern auch mehr Komfort bei der Bedienung ihres Fernsehers. Genau das drückt das Kampagnen-Motto „Sei kein Horst. Hol dir HD+“ aus.“

Durch die Aktivierung der HD+ TV-App sehen Zuschauer:innen die privaten Fernsehsender in HD- und teilweise sogar UHD-Qualität. Zudem erhalten sie Zugang zur HD+ Komfort-Funktion: Sie bietet unter anderem den Neustart bereits angelaufener Sendungen sowie die Suche nach und das direkte Abspielen von Lieblingssendungen in Medientheken und im Live-Programm. Wer sein Programm über Satellit empfängt, kann HD+ sechs Monate kostenlos testen. Mit der Zubuchoption HD+ ToGo können Zuschauer:innen zudem die Vorzüge von HD+ auch mobil auf dem Smartphone oder Tablet genießen.

Im Interview, das Horst Schlämmer bei den Dreharbeiten im Juli 2022 gegeben hat, zeigt auch er sich von der neuen HD+ App begeistert: „Das Leben ist doch viel zu kompliziert geworden! Du gehst an den Imbiss und es gibt nicht mehr nur 'ne Currywurst, sondern vegetan, vegarisch, mit was weiß ich allem. Ich will doch nur 'ne Wurst! Mit alles und scharf! Wenn ich mir jetzt vorstelle man könnte alles so einfach scharf machen wie mit dieser Applikation ... Junge, Junge, dat wär was.“

Das Interview im Anhang ist im redaktionellen Kontext zur Wiedergabe freigegeben.

- Die Langfassung des neuen Master-TV-Spots gibt es hier.
- Die Langfassung der weiteren TV-Spots:
 - o „Nachbar“
 - o „Doppelte HD-Power“
 - o „Mediatheken“
 - o „Unterwegs“
- Mini-Clips zur Kampagne:
 - o „Brille“
 - o „Pixel“
- Das Bildmaterial und die Spots finden Sie auch auf unserer Website zum Download: <https://presse.hd-plus.de/unternehmen/presse>



Die Fakten zur Kampagne:

- Die Kampagne besteht aus fünf TV Spots: einem Master-Spot für die HD+ TV-App, drei weiteren Spots zur HD+ TV-App-Aktivierung, den Mediatheken und HD+ ToGo sowie einem TV-Spot für Sky
- Erster Flight vom 04.09. bis 02.10.; ein weiterer Flight ist für das Weihnachtsgeschäft in Planung
- Einsatz auf den Sendern RTL, VOX, NITRO, RTL ZWEI, SAT.1, ProSieben, Kabel Eins, ProSieben MAXX, SPORT1, DMAX, TELE 5 und DELUXE MUSIC
- Im Distributionsmix der Kampagne setzt HD+ neben der herkömmlichen Platzierung im TV auch auf Adressable TV (ATV) Maßnahmen.
- Flankiert wird die Bewegtbildkampagne durch B2B- und Fachhandelskommunikation, Digital Marketing und Social Media. Zudem kommen auch Print-Anzeigen zum Einsatz.
- Verantwortlich: Anika Köpping, Leitung Marketing bei HD PLUS
- Konzeption: thjnk München GmbH, München
- Produktion: Markenfilm Hamburg mit Regisseur Benjamin Brettschneider
- Testimonialverhandlungen: SPARK Marketing Entertainment
- Media: Mediaplus Media 1 GmbH & Co. KG, München und puls Digital Marketing, München

Agentur & Produktions-Credits:

- Verantwortlich auf Kundenseite:
 - Anika Köpping, Leitung Marketing
 - Andreas Müller Vondey, Vice President Commercial HD+
- Verantwortlich bei thjnk München GmbH, München:
 - GF Beratung: Thomas Canzar
 - GF Kreation: Hans-Peter Sporer
- Verantwortlich auf Produktionsseite:
 - Produktion: Markenfilm Hamburg GmbH
 - Regie: Benjamin Brettschneider
 - Producer: Sandra Garsztecki
 - Assistant Producer: Yannic Schmidt
 - Assistant Producer: Linda Czolk
- Verantwortlich bei SPARK Marketing Entertainment:
 - Matthias Bauss, Managing Partner
 - Kathrin Heinemann, Managing Director



Für Rückfragen von Journalist:innen:

Frank Lilie

Pressesprecher HD PLUS GmbH

Tel.: 089 1896-1640

Frank.Lilie@hd-plus.de

Sissi Benner-Stenzel

Director Brand Communications thjnk AG

Tel.: (040) 41 34 99-0

presse@thjnk.de

Über HD+

HD+ ist die TV-Plattform mit der größten technischen Reichweite in Deutschland. Durch HD+ kommen Zuschauer:innen in Deutschland seit 2009 in den Genuss von hochauflösendem Fernsehen privater Sender. Der Fokus liegt auf dem Empfang über Satellit. Seit 2021 ist das Angebot auch auf mobilen Endgeräten und ausgewählten Fernsehern via IP ohne klassischen Fernsehanschluss empfangbar und HD+ damit technisch für alle TV-Haushalte in Deutschland verfügbar. Zudem bietet die HD+ Komfort-Funktion den Neustart von laufenden Sendungen und Zugriff auf Mediatheken. Aktuell sind mit dem HD+ Sender-Paket mehr als 80 Sender in brillanter HD-Qualität zu sehen: 26 der größten Privatsender, drei UHD-Kanäle (via Satellit) inklusive RTL UHD und ProSiebenSat.1 UHD sowie über 50 frei empfangbare Sender. Dank der direkten Integration von HD+ als TV-App bei neuen TV-Geräten von Samsung, Panasonic, Sony, Philips und Vestel ist HD+ einfach zu nutzen. Die HD PLUS GmbH ist eine hundertprozentige Tochter des Satellitenbetreibers SES.

Über thjnk

Die 2012 gegründete Agenturgruppe thjnk AG mit Büros in Hamburg, Berlin, München, Düsseldorf, Prag, New York und Zürich ist seit 2017 Teil des weltgrößten Marketing-Service-Anbieters WPP. Zur thjnk Gruppe gehören: Die Agentur loved (Corporate Identity, Marken und Design), die Einheit 24/7 (Spezialist für datengetriebene, individualisierte Content-Generierung, Automatisierung und Distribution), thjnk Media und Uplift.