

Pressemitteilungen

HSE24

27.01.2009

HSE24 präsentiert Dachmarkenkampagne und neues Senderlogo - Fokus auf Lifestyle und Spaß beim Shoppen"

Der Homeshopping-Spezialist HSE24 startet mit einer neu konzipierten Dachmarkenstrategie ins Jahr 2009.

Zentrale Bestandteile sind ein umgestaltetes Senderlogo sowie eine neue Dachmarkenkampagne. Damit trägt HSE24 dem kontinuierlichen Ausbau des Lifestyle-Gedankens Rechnung und sorgt für eine nachhaltigere Präsenz im Markt. Der Kampagnenzeitraum beläuft sich auf zwei Jahre. Das erste von insgesamt drei Anzeigenmotiven erscheint ab 10. Februar in ausgewählten Frauenmagazinen. Ab dem 5. Februar wird das überarbeitete Senderlogo auf www.hse24.de online gehen. On Air wird der Schriftzug am 22. Februar zum ersten Mal zu sehen sein. Die Gestaltung und Konzeption des neuen Logos als auch der Anzeigenkampagne übernahm die Werbeagentur Südstern. Fotograf ist Dieter Eikelpoth.

Modernes, klares Design stärkt die Markenwahrnehmung

Das neue Senderlogo erscheint moderner und plakativer. Durch die Integration von Rundungen in die Schrift wirkt das Label weicher, aber auch präziser. Für eine kompaktere Form sorgen die neue Gewichtung und Anordnung von Schriftzug und Claim $\frac{1}{2}$ so wird die Wahrnehmung des Senders HSE24 als Marke gestärkt. Insgesamt ist das Logo deutlich moderner und klarer gestaltet.

Die neue Dachmarkenkampagne steht für Lifestyle und Spaß beim Shoppen

Ein weiterer Baustein zur Stärkung des neuen Markenauftritts ist die neu konzipierte Dachmarkenkampagne. Großzügige Bilderwelten und überzeugende Grundaussagen sprechen die Kunden auf emotionaler Ebene an und erzeugen eine stärkere Interaktion. Die Kernbotschaft positioniert den Homeshopping-Spezialist als relevante Einkaufsalternative zu traditionellen Einkaufswegen. Geplant sind drei bis vier Anzeigenmotive pro Jahr, die in Frauenmagazinen wie Tina, Brigitte, Bild der Frau, Für Sie oder Petra geschaltet werden. Darauf zu sehen ist die HSE24 Kundin, eine authentisch wirkende Frau in den besten Jahren, die selbstbewusst im Leben steht beruflich als auch privat. So wird die Ansprache direkt aus der Zielgruppe des Shopping-Senders heraus inszeniert. Der Fokus liegt dabei auf den Produktbereichen, mit denen sich Frauen am meisten identifizieren: Mode, Schmuck und Beauty & alles aus dem Hause HSE24.

"Logo und Dachmarkenkampagne zielen auf einen stärkeren Transport der Lifestyle-Strategie von HSE24 ab. Shoppen bei HSE24 steht für Modernität und Lebensfreude", erklärt Richard Reitzner, Geschäftsführer von HSE24.