

**„Unglaublich, aber wahr – das gibt es bei HSE24“
HSE24 zeigt sich mit neuer TV-Kampagne überraschend anders**

Ismaning, 15. April 2020 – Unter dem Motto „Unglaublich, aber wahr – das gibt es bei HSE24“ präsentiert HSE24 eine crossmediale Kampagne, welche die Marke aufmerksamkeitsstark und selbstironisch inszeniert. Am 15. April 2020 startet ein dreiwöchiger TV-Flight, der auf zielgruppenaffinen Sendern (u.a. RTL, Vox, Sixx, Sat.1, Sat. 1 Gold) zu sehen sein wird. Parallel wird die Kampagne von programmatischer Online-Werbung begleitet und ins Social Web verlängert, u.a. mit verschiedenen Schnittversionen für YouTube, Facebook und Instagram sowie mit ergänzenden Social Media-Formaten wie Memes, Stillposts und Display-Advertising-Maßnahmen. Konzipiert wurde das Commercial von Jung von Matt/SAGA als 30- und 15-Sekünder, die Auspielung verantwortet die Agentur Media-Plan. Die Produktion übernahm Represent Film unter der Regie von Ace Norton, der mit seiner modernen Bildsprache Fashion-Appeal und dramatisches Storytelling zusammenbringt. Ace Norton ist ein preisgekrönter Filmproduzent, der für Marken wie Coca Cola, Adidas, McDonald’s, Mercedes Benz, Sephora, Gucci x Farfetch und Rebelle arbeitete und Music Videos für Größen wie z.B. Jennifer Lopez und Norah Jones produzierte.

Im Mittelpunkt des TV-Spots steht eine Protagonistin in einem modischen Kleid, das eigens für die Kampagne designt wurde (Janaina FASHION, Preis: 79,99 Euro). Es dauert nicht lange, bis die beste Freundin neugierig fragt, wo sie denn das Kleid gekauft hat. Die Frage ehrlich mit "HSE24" beantwortet, wird der Protagonistin partout nicht geglaubt. Daher greift die Freundin zu drastischen Mitteln, um die vermeintliche Wahrheit zu erfahren – der geliebte Hamster „Hansi“ (Animatronic-Double) gerät zwischen die Fronten. Erst ein beherzter Griff zur Fernbedienung kann die dramatische Situation entschärfen. Den finalen Aha-Moment, den die ungläubige Freundin erfährt, soll das modische Drama auch bei den Zuschauern auslösen: „Das gibt’s wirklich bei HSE24? Das hätte ich nicht gedacht.“

HSE24 stellt mit der neuen Image Kampagne Fashion-Expertise und Selbstironie unter Beweis. Viele vermuten nicht, dass es bei dem marktführenden Homeshopping-Sender modische Must-haves und angesagte It-Pieces gibt. „Das neue Commercial bricht mit dem Image des Homeshoppings und zahlt positiv auf Brand Awareness und Brand Image von HSE24 ein. Unsere aufmerksamkeitsstarke Mediakampagne inszeniert HSE24 in einem neuen Licht und wird die Wahrnehmung nachhaltig verändern. Wir möchten die Konsument*innen überraschen, für HSE24 begeistern und so ein Umdenken auslösen“, sagt Sandra Rehm, Vorsitzende der Geschäftsführung von HSE24.

Credits:

Verantwortliche HSE24: Sandra Rehm (Vorsitzende der Geschäftsführung von HSE24), Dr. Michael R. Geiß (Executive Vice President Marketing), Isabella Weigl (Teamlead Campaign & Advertising) und Andreas Höfer (Vice President Creation & Design)

Kreation: Jung von Matt/SAGA – Dörte Spengler-Ahrens und Stephan Giest (beide Managing Partner), Franziska Duerl (Strategie Director), Annette Krebs (Client Service Director), Friederike Luise Speetzen (Project Manager), Dennis Wendt (Senior Producer), Clara Brandt (Creative Director/Art), Stefan Golde (Creative Director/Copy)

Regie: Ace Norton

Produktion: Represent Film

Medien: TV, Online, Social Media

Zum TV-Spot: https://www.youtube.com/watch?v=Sp0d78F0n_g

Das Wichtigste beim Dreh war natürlich das Wohlergehen des Hamsters. Zum Making-of mit Hamster „Hansi“ und seinem Animatronic-Double:

<https://www.youtube.com/watch?v=wBGkxXWHAGA>

Bildmaterial zum Download unter: <https://we.tl/t-qMhBA4y3O1>

Über HSE24

HSE24 ist führende Homeshopping-Kompetenz auf allen Kanälen. Seit den TV-Anfängen im Jahr 1995 hat die Lifestyle-Brand ihre Erlebniskanäle konsequent erweitert und den internationalen Omnichannel-Handel als digitaler Innovationstreiber geprägt. Der Pionier für Selling by Storytelling kreiert überzeugende Markenerlebnisse nicht nur via Internet, Mobile und im Social Web, sondern auch auf den drei Sendern HSE24, HSE24 Extra, HSE24 Trend – mit einer Reichweite von 44 Millionen TV-Haushalten im DACH-Gebiet. 22.000 individuelle Produkt-Stories umfasst das größtenteils exklusive Sortiment des Shopping-Experten. Mehr als 1,5 Millionen Kundinnen und Kunden kaufen durchschnittlich acht Mal pro Jahr ein. Das Geschäftsjahr 2018 hat HSE24 mit einem Nettoumsatz von 839 Millionen Euro abgeschlossen. Über 900 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sorgen bei HSE24 für ein außerordentlich unterhaltsames Käuferlebnis. Hinzu kommen noch 2.400 externe Arbeitsplätze bei Logistik- und Call Center-Partnern. Wegen der herausragenden Servicequalität wurde HSE24 mehrfach ausgezeichnet. Weitere Informationen unter www.hse24.com und www.hse24.de.

Pressekontakt:

HSE24

Fiona Lorenz
Unternehmenssprecherin
Tel.: 089 96060 6310
F.Lorenz@HSE24.de
www.hse24.com