

Größte Serien-Kampagne von FOX in Deutschland

- **360-Grad-Kampagne zum Start von „Krieg der Welten“**
- **Deutsche TV-Premiere der Serie ab 6. November immer mittwochs ab 21.00 Uhr in Doppelfolgen exklusiv auf FOX**
- **Kampagnenbudget im knapp siebenstelligen Bereich**
- **Spektakulärer Marketing-Stunt in Berlin:**
https://youtu.be/idV2_HHLa2Y

München, 6. November 2019. Zum Start der Serie „Krieg der Welten“ launcht FOX die bisher größte Serien-Kampagne der Sendergeschichte. Anlässlich der TV-Premiere am 6. November startet der Sender in Deutschland eine beispiellos groß angelegte 360-Grad-Kampagne im knapp siebenstelligen Bereich. Das Endzeit-Drama läuft ab Anfang November immer mittwochs ab 21.00 Uhr auf FOX.

Roman Karz, General Manager von FOX Networks Group Germany: „Die neue Serie ‚Krieg der Welten‘ ist eine Co-Produktion zwischen der Fox Networks Group Europe & Africa und Canal+ und damit aus strategischer Sicht ein sehr wichtiger Serienstart für uns. Dementsprechend groß und vielfältig konzipiert ist auch unsere bislang größte Serien-Kampagne, die sich über alle Kommunikationskanäle hinweg an ein breites Publikum in ganz Deutschland wendet.“

Im 360-Grad Mediamix auf der Spur einer mysteriösen Macht

Über sämtliche Off- und On-Air Medien hinweg folgt FOX der Spur einer mysteriösen Macht. Anzeigen, Out of Home-Maßnahmen, Trailer, Supporting Stunts, On-Air Takeover, Podcasts, Radiowerbung und Social Assets sind spannungsgeladene Vorboten eines sich unheilvoll ankündigenden Ereignisses und signalisieren Stimmung und Anfang von „Krieg der Welten“.

Christina Leucht, Director Marketing & Creative Services von Fox Networks Group Germany: „Uns geht es darum, mit der Kampagne die drei Hauptthemen der Serie, Überleben, Moral und Mystery, zu transportieren. Zentrales Element der Print- und OOH-Kampagne ist beispielsweise ein düster-markantes Key-Visual, das verstärkt durch den Claim ‚Verdammt zu überleben‘ den geheimnisvollen Charakter der Serie unterstreicht. Einzigartig ist zudem ein Promotion Stunt, den wir einen Tag vor Serienstart realisieren konnten: Am frühen Morgen erschienen zunächst rätselhafte Lichter am Himmel über Berlin, bevor ein 3 x 2 Meter großes Objekt vor dem Bikinihaus am Zoologischen Garten auf einem der belebtesten Plätze Berlins auftauchte und – so machte es den Anschein – ein Loch in den Asphalt riss. An der Einschlagstelle lagen Asphaltteile und Schutt, der Platz war mit einem Absperrband gesichert, zwei Agenten sprachen aufgeregt in ihre Walkie-Talkies und untersuchten das unbekannte Objekt mit einem Geigerzähler. Auch die nahegelegene Außenwerbung wurde durch den Aufprall beschädigt, aber das Ausstrahlungsdatum von „Krieg der Welten“ war





gerade noch lesbar. Das sorgte nicht nur bei den Passanten in der direkten Umgebung, sondern auch auf diversen Social Kanälen für große Aufmerksamkeit.“

On-Air wird das FOX-Programm im Umfeld von „Navy CIS“, „The Walking Dead“ und „American Horror Story“ von besonderen Trailern „gekapert“, die es in der Form auf dem Sender noch nicht gab: In den ersten Minuten kommt es zu plötzlichen Tonstörungen und Bild-Unterbrechungen, und der anschließende Trailer weist auf das Ausstrahlungsdatum der neuen Serie hin.

Print-Anzeigen in Zeitschriften sowie PreRoll-Trailer auf YouTube und Sky Go gehören ebenso zum Kampagnenpaket wie Out of Home-Werbung. In Berlin, Hamburg, München, Köln und Frankfurt kündigen City Lights und Litfaßsäulen die Serie an. Promotionflächen gab es auch auf der diesjährigen German Comic Con in Berlin. In 75 Städten zeigt FOX auf Infoscreens sowie Videowänden in Einkaufszentren und Bahnhöfen Programm-Trailer und speziell für DOOH gestaltete Teaser. Auf Instagram und Facebook werben 15- und 20-Sekünder für die Neuauflage des Science-Fiction Klassikers von H.G. Wells aus dem Jahr 1938.

In einer Kooperation mit Radio Energy wird das Radioprogramm mit simulierten Katastrophenmeldungen unterbrochen. Für die jüngere Zielgruppe präsentiert FOX in Kooperation mit dem bekannten Podcast-Duo „Lästerschwestern Robin & David“ eine neue und moderne Podcast-Interpretation der Original-Radiofassung von „Krieg der Welten“: Auch hier kommt es zu Unterbrechungen durch rätselhafte Vorkommnisse, bevor eine moderne Fassung des Original-Radiohörspiels folgt.

Konzipiert wurde die Kampagne von der Fox Networks Group inhouse.

Über „Krieg der Welten“

Als Astronomen aus den Tiefen des Weltraums ein Signal empfangen, ist dies der endgültige Beweis für die Existenz intelligenten außerirdischen Lebens. Doch schon bald greifen die Außerirdischen die Erde an und nur wenigen Menschen gelingt es, dem globalen Genozid zu entkommen. Während die Außerirdischen weiterhin Jagd auf sie machen, stellen sich die Überlebenden eine entscheidende Frage: Wer sind diese Angreifer und warum sind sie auf die Zerstörung der Menschheit aus? Bald wird deutlich, dass die Attacke keineswegs zufällig erfolgte.

Sendetermine:

- „Krieg der Welten“ exklusiv auf FOX als deutsche TV-Premiere ab 6. November 2019 immer mittwochs ab 21.00 Uhr in Doppelfolgen
- Wahlweise im englischen Original oder der deutschen Synchronfassung
- Alle Episoden im Anschluss an die lineare Ausstrahlung auch über Sky Go, Sky On Demand, Sky Ticket, MagentaTV, UPC Schweiz sowie Vodafone Select und GigaTV on Demand verfügbar

Bild- und Videomaterial der „Krieg der Welten“-Kampagne finden Sie unter: <https://foxgroup.box.com/s/iebfw6iojh5v6avgi5kit6veeenollqt>

Weitere Infos unter www.foxchannel.de/special/krieg-der-welten sowie auf Facebook unter www.facebook.com/foxchannel.de





Für Rückfragen

Rosario Sicali
PR & Kommunikation
Fox Networks Group Germany
Tel: +49 89 203049 121
rosario.sicali@fox.com

Über FOX

FOX ist ein Seriensender und die erste Adresse für alle Fans von Drama, Crime, Horror, Fantasy und Science-Fiction in Deutschland, Österreich und in der Schweiz. Die deutschen TV-Premieren von Erfolgsserien wie „The Walking Dead“, „American Horror Story“ und „The Good Fight“ fanden auf FOX statt. Der Seriensender gehört mit über 7 Millionen Haushalten zu den am besten verbreiteten deutschsprachigen Pay-TV-Sendern überhaupt. In Deutschland ist FOX über Sky, Vodafone Kabel Deutschland, Unitymedia, M7 und Deutsche Telekom zu abonnieren, in der Schweiz über UPC, Swisscom/Teleclub und in Österreich über Sky, UPC Austria und A1 Telekom Austria. Fox Networks Group ist ein Tochterunternehmen der 21st Century Fox. Das Medienunternehmen betreibt und vertreibt weltweit über 300 Pay-TV-Sender in 45 Sprachen und erreicht damit 1,7 Milliarden Zuschauer. In Deutschland betreibt das Unternehmen die Sender FOX, National Geographic, National Geographic WILD und Baby TV. Das On-Demand Produkt FOX+ ergänzt das Angebot der Fox Networks Group. Der Deutschland-Sitz ist München.