

Presseinformation

TV/Audio & Hausgeräte » Neue Kampagne mit Friedrich Liechtenstein von Samsung

Friedrich Liechtenstein beantwortet für Samsung die Frage aller Fragen: „Wer braucht denn sowas?“

In der Fortsetzung der Kampagne vom letzten Jahr überzeugt Friedrich Liechtenstein für Samsung die letzten AI-Skeptiker*innen

- Samsung tut's erneut und heuert Friedrich Liechtenstein in der Rolle als Kaufberater an
- TV Line-up mit Vision AI und ausgewählte Bespoke AI Hausgeräte werden mit raffiniertem Witz in Szene gesetzt
- Kreatividee von Leo Germany, kinoreife Umsetzung von Regisseur Micky Suelzer



Eschborn – 21. Mai 2026 – Niemand erklärt stichhaltiger, warum ein Leben ohne AI möglich, aber sinnlos ist. Kein Wunder, dass sich Samsung nach dem erfolgreichen Auftakt im letzten Jahr erneut Friedrich Liechtenstein als nonchalanten Kaufberater ins Team geholt hat. In der integrierten Digitalkampagne bleibt die Werbe-Ikone mit Hang zur Entspannung niemals eine Antwort schuldig, wenn es heißt: „Wer braucht denn so was?“. Smarte TVs und Bespoke AI Hausgeräte überzeugen in der Hauptrolle der digitalen Spots mit intelligenten Funktionen, blendfreiem Design und hohem Alltagsnutzen.

Unter dem augenzwinkernden Kampagnenmotto „Wer braucht denn sowas?“ schlüpft Friedrich Liechtenstein erneut in die Rolle des ebenso entspannten wie pointierten Kaufberaters. In einem Samsung Showroom begegnet er typischen Fragen und Zweifeln von Kund*innen – und kontert sie auf seine unverkennbare Weise: humorvoll, lässig und überraschend pragmatisch. Im Kern geht es in der Kampagne um die Vermittlung von konkreten Mehrwerten der Geräte im Alltag. So werden reale Situationen adressiert und greifbare Vorteile aufgezeigt. Die Kampagne knüpft damit konzeptionell an die Partnerschaft im letzten Jahr an und entwickelt die Storyline inhaltlich und visuell weiter – mit einem klaren Fokus auf Relevanz, Orientierung und Entscheidungshilfe.

„Technologie darf den Alltag mit einer gewissen Selbstverständlichkeit schöner, angenehmer und einfacher machen. Niemand bringt das eleganter und besser auf den Punkt als Friedrich Liechtenstein“, sagt Mike Henkelmann, Director Marketing Consumer Electronics bei Samsung Electronics GmbH. „Deswegen ist uns die Entscheidung zur Fortsetzung der Kampagne sehr

leichtgefallen, mit der wir 2025 zu den Siegern des YouTube Ads Leaderboards in Deutschland¹ zählten.“

AI, die Sinn ergibt – im Wohnzimmer genauso wie im Haushalt

Die Kampagne rückt ausgewählte Produkt-Highlights und deren AI-Funktionen aus dem Consumer-Electronics-Portfolio von Samsung in den Fokus. So lässt sich Wenig-Aufwand-Typ Werner recht schnell überzeugen, warum Wäsche waschen mit AI ein No-Brainer ist. Betty, 29, aus Witzleben, wird künftig nie wieder Eier kaufen, ohne vorher per Smartphone den Inhalt ihres Bespoke AI Kühlschrank gecheckt zu haben. Und Nutzer*innen erfahren, warum ein Samsung TV mit Glare Free Technologie nichts für Blender ist. In kurzen, unterhaltsamen Use Cases übersetzt Friedrich Liechtenstein technologische Innovationen in nachvollziehbaren Nutzen fürs tägliche Leben. Friedrich Liechtenstein wird dabei zum stilprägenden Erzähler einer Welt, in der Entertainment, Komfort und smarte Unterstützung ganz selbstverständlich zusammenfinden.

Ein Gesicht, viele Antworten

Ziel der Kampagne ist es, AI nicht als Selbstzweck, sondern als sinnvolle Unterstützung zu positionieren. Friedrich Liechtenstein fungiert dabei als charismatischer Vermittler zwischen Technologie und Nutzer*innen. Seine zentrale Botschaft: Auf die Frage „Wer braucht denn sowas?“ gibt es oft eine ganz einfache Antwort – jede und jeder, der Wert auf Komfort, Effizienz und ein modernes Zuhause legt.

Umfassende Ausspielung über alle relevanten Kanäle

Die Kampagne wird ab Mai 2026 kanalübergreifend ausgespielt. Geplant sind neben Bewegtbildformaten in verschiedenen Längen und Formaten für digitale Kanäle (u. a. YouTube, Instagram, TikTok, LinkedIn) und Platzierungen auf Samsung Microsites sowie Händler- und Partnerseiten auch OLV, CTV-Placements, Audio-Ads und POS-Aktivierungen sowie Print- und OOH-Maßnahmen. Die Ausspielung der Kampagne ist bis Ende 2026 vorgesehen. Die kreative Leitidee stammt von Leo Germany, produziert wurde die Kampagne von Zauberberg Productions GmbH unter der Regie von Micky Suelzer.

Samsung verbindet mit dieser Kampagne geschickt Innovation und den Alltag: Sie adressiert die Zurückhaltung von Kund*innen und wandelt Technologie in praktische Lebensszenarien um – und demonstriert so, dass Funktionen, die anfangs hinterfragt werden, rasch zu unverzichtbaren Alltagsbegleitern werden können. Damit schafft Samsung eine Produktkommunikation, die Geräte in einem ganz eigenen, visuellen Kosmos verankert, und von wiedererkennbarem Storytelling lebt – mit Haltung und klarer Marken-DNA. Am Ende der Spots bleibt keine Frage offen. „Alles klärchen!“

Die Kampagnen-Videos finden Sie auf YouTube unter:
https://www.youtube.com/playlist?list=PLsV7nJ7p4MQqW6xl_wyqflhDmbHkrOxGu

¹ Quelle: <https://business.google.com/de/think/future-of-marketing/youtube-ads-leaderboard-2025/>

Die Presseinformation und Bildmaterial finden Sie im Samsung Newsroom unter <https://news.samsung.com/de/friedrich-liechtenstein-beantwortet-fur-samsung-die-frage-aller-fragen-wer-braucht-denn-sowas>

Über Samsung Electronics

Samsung Electronics Co., Ltd. inspiriert Menschen und gestaltet die Zukunft mit Ideen und Technologien, die unser Leben verbessern sollen. Das Unternehmen setzt Standards mit intelligenten Lösungen bei Fernsehern, Digital Signage, Smartphones, Wearables, Tablets, Hausgeräten, Netzwerk-Systemen, Speicher- und Halbleiterprodukten sowie System-LSI-Lösungen. Samsung treibt zudem die Entwicklung von Technologien in den Bereichen medizinische Bildgebung, Klimageräten und Robotik voran, während bei der Tochtergesellschaft Harman smarte Lösungen für Automotive- und Audiotechnologien entstehen. Mit dem SmartThings-Ökosystem, der Integration von AI in das gesamte Portfolio und der offenen Zusammenarbeit mit Partnern bietet Samsung intelligente, nahtlos vernetzte Erlebnisse. Entdecken Sie die neuesten Nachrichten im Samsung Newsroom unter news.samsung.com/de.

Pressekontakt Samsung
TV/Audio & Hausgeräte
Samsung Electronics GmbH
Emmi Dushi
Maryam Kiausch
IT Communication
Frankfurter Straße 2
65760 Eschborn
e.dushi@samsung.com
m.kiausch@samsung.com

Pressekontakt Agentur
TV/Audio & Hausgeräte
Ketchum GmbH
Florian Krieger-Aderhold
Volker Matheis
Breitscheidstraße 4
70174 Stuttgart
0172 / 7207904
0162 41 80 556
presse.samsung@ketchum.de