

**HDF**  
KINO e.V.

**CAMPUS TRIFFT**

**ENKEL FÜR  
FORTGESCHRITTENE**

Workshop für lokales Kinomarketing

## Ergebnisse der Workshops DEUTSCHE FILME – GROSS IM KINO



**Start:** 07. September 2023

**Länge:** 110 min.

**FSK:** ab 6

**Previews:** ab Mittwoch, 16.08.  
Open Air Previews

ab Donnerstag, 17.8.  
Sneak Previews

ab Donnerstag, 31.8.  
Senioren Previews

Weitere Preview-Möglichkeiten  
auf Nachfrage.

[Trailer](#)  
[Materialserver](#)

## Marketing-Infos

### ZIELGRUPPE

#### Kern:

- Alter: 50 - 70
- m/w: 30/70

#### Erweitert

- „Elterngeneration“ 40+
- Frequent Movie Goer

#### Qualitativ

- Mainstream-Publikum
- Mittleres bis höheres Bildungsniveau
- Fans von Komödien

### STRATEGIE

#### Themen

- Familie & neue Familienmodelle
- Liebe & Neustart & Lebensmut
- Ehrenamt
- Chaos des Alltags
- Generation Z / Fridays for Future

#### USP

- Hochwertige Feel-Good-Komödie für Best-Ager
- Starkes Drehbuch: packender Pitch und witzige, intelligente Dialoge
- Toller Ensemble-Cast
- Fortsetzung des erfolgreichen ersten Teils

#### Tonalität

- Warmherzig, humorvoll, inspirierend, authentisch, Happy End

#### Reason Why

- Sowohl für Pärchen als auch für Familien und Freunde geeignet
- Deutsche Komödie mit realitätsnahen Themen und humorvollem Blick auf den modernen Alltag

### POSITIONIERUNG

ENKEL FÜR FORTGESCHRITTENE ist als Nachfolger von ENKEL FÜR ANFÄNGER eine Feel-Good-Komödie für Best-Ager, die mit einem bekannten und beliebten Schauspieler-Ensemble und einem humorvollen und warmherzigen Blick auf die Herausforderungen einer 60+ Generation blickt, die unverhofft in die turbulenteste und erfüllteste Zeit ihres Lebens startet.

## IDEENPAPIER – WORKSHOP-ERGEBNISSE

*Der Start des Films am Wochenende des Kinofests bietet sich dazu an, besondere Aktionen in diesem Umfeld zu platzieren. Die Marketing-Aktionen zum Film sollten aber nicht auf diese zwei Tage beschränkt werden.*

### IM KINO

**Rotes Sofa: Fotoaktion** im Foyer mit Großeltern und Enkeln / Familien

**Enkel-Oma-Opa-Ticket**, für Großeltern und Kinder ab 12 Jahren mit Rabatt oder Bonus, evtl. auch schon zu Previews einsetzen

**Flyer** mit Film-Infos vom Verleih **gezielt ausgeben**  
Flyer sind verfügbar und können bei STUDIOCANAL abgerufen werden

**Oma-Leihvereine** stellen sich im Kino vor

**Weinprobe für Fortgeschrittene**, mit anschließender Cocktailparty am Kinofest

**Hüpfburgaktion für alle Generationen** („Nichts für Hüftgeschädigte...“); Fotos von Zielgruppe beim Hüpfen für Social-Media-Kanäle, möglichst von Profis aufnehmen lassen #enkelfürfortgeschrittene

Party **Singles für Fortgeschrittene**

**Dekoration mit Tageszeitung**, z.B. auch Druckfahne

**Ausgabe eines „Kurzen“** (Schnaps, Likör) nach dem Film oder zum Empfang

## AUSSERHALB DER KINOS / KOOPERATIONEN

*Kooperationspartner können den Film bei sich mit Plakaten bewerben, darüber hinaus aber auch die eigenen Newsletter, Social-Media-Kanäle und direkten Kundenkontakte nutzen, um Interessierte zu erreichen und ggf. Aktionen zu bewerben. Auch Produkte als Preise für Gewinnspiele des Kinos sind denkbar.*

### **Zeitungen**

- gemeinsame **Preview mit Sponsoren** (Kino-Partner und/oder Zeitungskunden), z.B. mit Einladung für Menschen mit Ehrenamt
- Aktion **Wer hat es verdient?**: Brötchen und Tageszeitung für Menschen mit Ehrenamt (zusätzlicher Partner: Bäckereien)

### **Cafés, Bäckereien**

- **Rabattaktion** mit Kinoticket vom Film
- **Bedruckte Brötchentüten**  
Druckvorlagen können bei Studiocanal angefragt werden

### **Apotheken**

- Verteilung von **Klosterfrau Melisengeist** und/oder **Koffeintabletten** bei Event (wenn medizinisch unbedenklich...)

### **Burger-Läden / McDonald's / Fast Food-Restaurant**

### **Frisöre**

### **Sanitätshäuser**

### **soziale Einrichtungen (z.B.: AWO, Caritas...)**

## SOCIAL MEDIA

*Favorisierter Kanal ist Facebook (wird meistens auf Instagram gespiegelt)  
Tik Tok mit entsprechenden Hashtags kann für jüngere Zielgruppen auch lokal sinnvoll sein. Clips und Videos vom Verleih einsetzen.*

Fans & Follower werden aufgefordert, eigenen Content zu posten und/oder im Kino werden Gäste und das Team aufgenommen:

- Dein **bestes Partyfoto** von früher
- Dein **Lieblings-Absturzgetränk** von früher
- Deine **besten Party-Songs**
- **Jugendsprache vs. Erwachsenensprache:** „Alte“ müssen erklären, was welche Sätze der Jugendsprache bedeuten und umgekehrt
- **Voneinander lernen:** Welche Lebensweisheiten gibt eine Generation der anderen, evtl. auch mit Zitaten aus dem Film

**Die Senioren-WG:** Markiere alle, mit denen du gerne in eine Senioren-WG einziehen würdest.

**Aktion Zeitung austragen:** Jemand vom Kino (GF, TL?) kündigt auf Facebook an, am folgenden Tag Zeitungen auszutragen und in eine bestimmte Anzahl Zeitungen einen Coupon für Kinobesuch/Popcorn/Plakat... beizulegen. Vom Austragen wird ein Video gedreht, das auch veröffentlicht wird.

**Clean Day:** Das Kino hilft beim Aufräumen, z.B. im Park, und unterstützt die Arbeit von Ehrenämtern, auf die mit der Aktion auch hingewiesen werden soll. Ankündigung, Aufruf zum Mitmachen und Video von der Aktion werden veröffentlicht.