

KINO. FÜHLST DU.

Dank freundlicher Unterstützung von

FFA

Filmförderungsanstalt

Es war einmal ...

2022 fiel der Startschuss für unsere Imagekampagne KINO.FÜHLST DU. In zwei Durchgängen haben wir zusammen mit der Berliner Agentur GUD.berlin 408 Mio. Impressionen mit 2.5 Millionen Link-Klicks generiert. Es war eine breit angelegte Kampagne von Radio über OOH, Online bis hin zu Influencern.

2023 haben wir den Kampagnenslogan KINO. FÜHLST DU. genutzt, um den Kulturpass zu bewerben. Mit Erfolg: 18 Creator haben über 4 Mio. Views generiert.

Vision 2024.

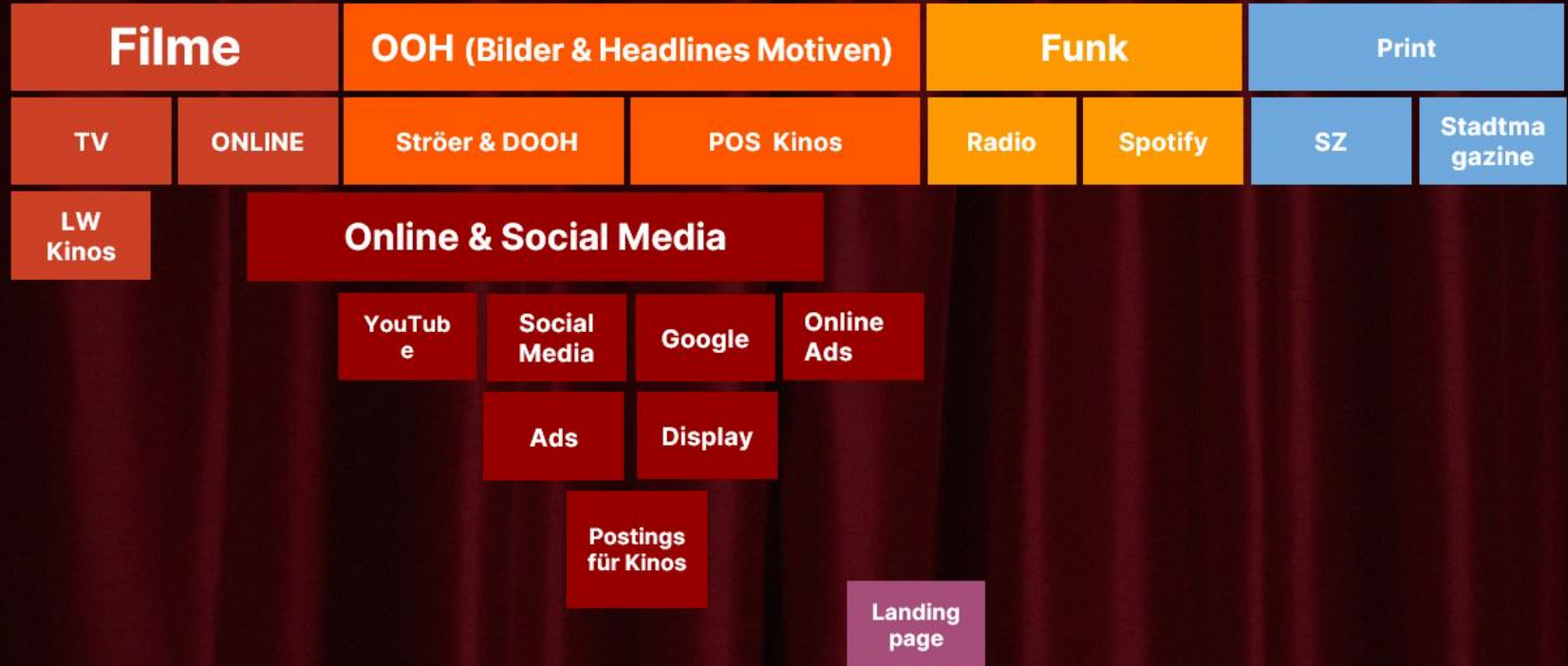
Und 2024? Die Entwicklung des deutschen Marktanteils zeigt, dass dem deutschen Kinomarkt noch 16 % (Besucher*innen im Vergleich zu 2019) fehlen (aktuelle Auswertung FFA zum Kinojahr 2023). Für uns Grund genug, genau hier anzusetzen:

Wir sind somit sehr glücklich, dass wir für unsere **Kampagnenspots mit Detlev Buck einen Regisseur gewinnen konnten, der für den deutschen Film steht, wie kein anderer.** Auch unsere beiden Hauptdarsteller*innen Heike Makatsch und Kostja Ullmann sind aus der deutschen Kinolandschaft nicht wegzudenken.

Was haben diese drei Talents gemeinsam? Sie werden von der Zielgruppe 40+ gerne gesehen und genau diese Zielgruppe tut sich aktuell noch schwer, ins Kino zurückzukehren. Grund genug, genau hier anzusetzen und mit Kommunikation und Markenbildung auch diese Zielgruppe zurückzugewinnen.

Ganz nach dem Motto „**Lass mal lieber ins Kino gehen**“ positionieren wir das Kino als besonderen Ort – und die bessere Alternative zu anderen Freizeitaktivitäten oder dem gar eintönigen Alltag.

Kampagnenaufbau.



Unsere Filme.

In der ersten KINO.FÜHLST DU Kampagne haben wir die Vorteile des Kinos ganz konkret angesprochen. Im zweiten Kampagnenjahr gehen wir einen Schritt weiter: Ganz nach dem Motto **“Lass mal lieber ins Kino gehen.”** positionieren wir das Kino als besonderen Ort – und die bessere Alternative zu anderen Freizeitaktivitäten oder dem gar eintönigen Alltag.

In den Kampagnen Spots lassen wir mit Hilfe hochkarätiger Talents kleine Unannehmlichkeiten in der Freizeit ganz überraschend mit der Magie des Kinos kontrastieren. Mit viel Humor und einem starken Insight erinnern wir unsere Zielgruppe daran: Im Kino findet jeder Entspannung, Action und eine gute Zeit – fernab von Stress und Sorgen. Kurz gesagt: Kino fühlt man eben.

Unsere Hauptmotive.

LASS MAL
WIEDER
IN DER
POPCORN-
TÜTE
TREFFEN.

KINO. FÜHLST DU.

FFA... HDF

kino-fuehlist-du.de

LASS MAL
WIEDER
ZUSAMMEN
EMOTIONAL
WERDEN.

KINO. FÜHLST DU.

FFA... HDF

kino-fuehlist-du.de

LASS MAL
WIEDER
DEN ALLTAG
VOLL AUF-
DREHEN.

KINO. FÜHLST DU.

FFA... HDF

kino-fuehlist-du.de

LASS MAL
WIEDER
NICHT AUF-
STEHEN
WOLLEN.

KINO. FÜHLST DU.

FFA... HDF

kino-fuehlist-du.de

(d) OHH.

Wir werden mit unseren Hauptmotiven eine umfangreiche Präsenz im OOH haben. Hier liegt der Schwerpunkt auf **4000 Litfaßsäulen** sowie auf **Großflächen** in den Großstädten. Zusätzlich belegen wir an **über 1.000 Standorten** in kleineren Städten Monitore im Einzelhandel u.ä.



Online & Social Media.

Wir haben uns bei unserer Agenturauswahl 2024 nicht umsonst erneut für **GUD.berlin** entschieden. Schließlich ist sie u.a. verantwortlich für die preisgekrönte Kampagne **#weilwirdichlieben** der Berliner Verkehrsbetriebe. Aktuell mischen sie nicht nur die Social Media Kanäle der Deutschen Bahn auf, sie haben zuletzt auch erfolgreich ~~ebay~~ **ebay** Kleinanzeigen groß gemacht.

Wenn es also einer schafft, alle abzuholen, Marken spritzig und mit Selbstironie zu inszenieren, in der Kommunikation aber auch für ältere Menschen greifbar zu bleiben, dann **GUD.berlin**.



Unsere Kinoplakate.

Unsere Kinos werden mit umfangreichem Social Media Material beliefert. Natürlich werden die Spots auch für die Leinwand aufbereitet. Am POS gibt es zusätzlich weitere Plakatmotive:

**DIE HELDIN
RENNT,
DEIN
ALLTAG
STEHT
STILL.**

KINO. FÜHLST DU.

**DER
SOUND
HÄMMERT,
DEIN
HERZ
KLOPFT.**

KINO. FÜHLST DU.

**DER
SAAL IST
DUNKEL,
DEINE
AUGEN
LEUCHTEN.**

KINO. FÜHLST DU.

**DAS
HANDY
IST AUS,
DU BIST
AN.**

KINO. FÜHLST DU.

...und sonst im Kino?

Wer hält sich im Kino schon an seinen Diätplan? Kino heißt (auch) Popcorn!
Klar, dass wir für unsere Kinos auch wieder Popcornwärmer-Aufkleber angefertigt haben ...



...hier ist aber natürlich
noch lange nicht
Schluss ...

Radio, TV & Print.

Radio. Radio erreicht alle. Und schnell. Natürlich ist somit auch Radio Teil unserer Kampagne. Es wird zwei Spots geben – mit viel Liebe und ein paar Monstern. Die Ausspielung erfolgt bundesweit.

TV. Wie auch Kino wirkt TV audiovisuell und gilt – gerade in unserer Zielgruppe – als die beliebteste Freizeitbeschäftigung. Klar sind wir somit auch im TV präsent.

Print. Auslaufmodell? Von wegen! Neueste Studien zeigen wieder einmal, dass Printwerbung auch im digitalen Zeitalter wirksam bleibt. Und wir kooperieren nicht mit irgendeinem Printmedium, sondern mit der Süddeutschen Zeitung.

Sie haben weitere
Fragen – sprechen Sie
uns an.

Natalie Blum
blum@hdfstudio.de