



Kinowerbung - So wird sie gemacht

Zu jedem Kinobesuch gehört auch die Kinowerbung. Doch wer sind die Leute, die solche Spots machen und was gehört zu der Realisierung dazu?

Kinowerbung

Kinowerbung besteht aus mehreren Bestandteilen. Dazu gehört neben der Werbung auf der Leinwand, die vor einem Film eingespielt wird, auch die Verteilung von Flyern, Promotionaktionen und Displayplatzierungen im Foyer, ebenfalls kann die Rückseite des Kinotickets als Werbefläche verwendet werden. Die meisten Menschen werden aber mit den Werbefilmen vor Beginn des Filmes erreicht, da sie sich der Rezeption der Werbung nicht entziehen können und diese von vielen Besuchern auch als ein unterhaltsamer und positiver Bestandteil des Kinobesuches gesehen werden. Diese Tatsache führt dazu, dass Kinowerbung auch in der Erinnerung der Besucher bleibt und viele auch nach dem Besuch eines Films noch wissen, für welches Unternehmen vorher geworben wurde und was die Inhalte der Spots waren, dies zeigt, dass Kinowerbung einen geringen Streuverlust hat. Ein weiterer Vorteil von Kinospots ist, dass der Werbeschaltende entscheiden kann, vor welchen Filmen der Spot laufen soll und in welchem Zeitraum, wodurch eine genaue Ansprache der gewünschten Zielgruppe möglich gemacht wird.

Realisierung eines Kinospots

Das Wichtigste bei der Realisierung eines Kinospots ist die Erstellung eines Storyboards. Dieses beinhaltet welche Produkte oder Dienstleistungen beworben werden sollen, aber hauptsächlich, worum es in dem Spot gehen soll und welche Szenen dargestellt werden sollen. Die Vorarbeit des Storyboards, die einige Ideen enthält und die wichtigsten Informationen, wird dann mit dem Kunden besprochen. Auf der Grundlage dieser Informationen erstellt die beauftragte Agentur ein ausgiebiges Storyboard, in dem neben jeder Szene auch die Dialoge und die Schauplätze vorgestellt werden. Viele Agenturen bieten den Kunden zusätzlich noch die Möglichkeit, aus einigen unterschiedlichen Storyboards das für sie passende auszuwählen. Die Idee des Storyboards wird daraufhin umgesetzt, nachdem entschieden worden ist, ob der Werbefilm ein Animationsspot werden soll oder ein Realfilm mit echten Schauspielern und ob der Film regional gesendet wird oder deutschlandweit. Die Umsetzung des Spots erfolgt in der Agentur und nach der Fertigstellung kann die Werbung in den angestrebten Kinos gezeigt werden.

Die dluxe media Agentur

Die Mediaagentur dluxe media aus Göttingen bietet Ihren Kunden diverse Services an, die die Bereiche Web-, Film-, Musik-, und Printproduktion umfassen und über diesen Weg kann sich dluxe media eine Fullservice Agentur nennen. Ihre Philosophie "we are multimedia" setzt die Agentur mit einem zuverlässigen und jungen Team um, dem der Kundenerfolg am wichtigsten ist. Das Portfolio von dluxe media besteht aus Imagefilmen, Kinospots, Internetmarketing, TV Spots, musikalischen Unterlegungen von Spots, Filmen und Games und verschiedensten grafischen Dienstleistungen.

Interview mit Daniel Barbosa

WUP: Seit wann besteht ihre Agentur und wie sind Sie dazu gekommen?

Daniel Barbosa: Unsere Agentur besteht mittlerweile seit fünf Jahren und wurde von mir und Tobias Langer gegründet. Ich habe zwar Sozialwissenschaften und Tobias Jura studiert, aber dadurch, dass uns das Thema Mediaagentur schon immer interessiert hat und wir bereits früher zusammen Musik gemacht haben, haben wir uns dann entschieden, zusammen eine eigene Mediaagentur aufzumachen. Damit wollten wir unser Hobby zum Beruf machen. Als wir unser Unternehmen gegründet haben, waren wir eigentlich eine reine Musikagentur, die sich auf Filmmusik, Gamemusik und Fernsehmusik spezialisiert hatte. Über die Jahre hat sich unser Angebot dann aber ausgeweitet und so können wir jetzt mehrere Bereiche anbieten und sehen uns heute quasi als Full Service Agentur.

WUP: Was macht euch besonders Spaß?

Daniel Barbosa: Wie gesagt, haben wir mit dieser Agentur unser Hobby zum Beruf gemacht. Dadurch hat man einfach die Chance in dem Bereich und mit den Sachen zu arbeiten, die einem Spaß machen. Hier im Büro haben wir eine tolle und familiäre Atmosphäre und auch außerhalb des Büros arbeiten wir viel mit netten und aufgeschlossenen Menschen zusammen und können einfach jeden Tag das tun, was uns besonders Spaß macht und das ist in unseren Themengebieten kreativ zu sein.

WUP: Was hebt Sie von Mitbewerbern ab?

Daniel Barbosa: Das Besondere an unserer Agentur ist, dass wir auch bei der Arbeit immer Spaß haben und dabei immer gut gelaunt sind. Wir bieten unseren Kunden alles aus einer Hand an und diese Dienstleistung können wir nur anbieten, da wir uns zu einer Full Service Agentur entwickelt haben und alle Projekte bei uns generell Chefsache sind, damit wir den hohen Qualitätsstandard unserer Projekte auch immer gewährleisten können und die Kunden in jedem Fall einen Ansprechpartner haben, den sie bei Nachfragen kontaktieren können und der Ihnen während des gesamten Prozesses Statusmeldungen gibt.

WUP: Worauf kommt es in einem guten Kinospot an?

Daniel Barbosa: Das wichtigste an einem Kinospot ist es, dass sich der Kinobesucher nach dem Kino noch an den Werbespot erinnern kann. Dazu gehören meistens Spots, über die man schmunzeln oder sogar lachen kann oder die einen Überraschungseffekt haben und so den Zuschauer erstaunen. Das sind dann einfach die besten Spots und wenn man diesen Moment schafft und einen charmanten Spot entwickelt, der im Gedächtnis der Besucher bleibt, dann hat man auf jeden Fall das erreicht, was das Ziel eines guten und effizienten Kinospots ist. Dabei besteht aber auch die Gefahr, dass man einen Spot macht, der die Masse polarisiert. Über solche Werbespots wird häufig und lange diskutiert, wobei die eine Hälfte den Spot super und die andere Hälfte ihn dann furchtbar oder vielleicht sogar anstößig findet. Aber diese Art von Spots bleibt in jedem Fall im Kopf, weil darüber gesprochen wird. Um so einen Werbefilm umsetzen zu lassen, gehört von den Unternehmen aber auch eine Menge Mut dazu.

WUP: Machen Sie mehr regionale oder überregionale Spots und wie teuer sind diese?

Daniel Barbosa: Wir machen sowohl regionale als auch überregionale Spots. Wir machen unter anderem sehr viel regionalisierte Kinowerbungen für unterschiedlichste Einzelhändler, die sich einen Spot für das Kino in ihrer Stadt oder ihrer Umgebung wünschen. Trotzdem realisieren wir auch viele Projekte für Franchiseunternehmen, die mehrere Filialen in Deutschland haben und ihre Spots dann überregional schalten wollen, woraufhin diese Werbespots dann in Kinos in ganz Deutschland gezeigt werden. Ein Spot kann einen Preis ab 2.000 bis hin zu 20.000 Euro haben. Daran erkennt man, dass es in diesem Bereich eine sehr große Preisspanne gibt. Um zu sagen, wie teuer ein Spot wird, ist erst einmal zu entscheiden, ob der Spot animiert sein oder mit realen Schauspielern umgesetzt werden soll, dabei sind Schauspieler natürlich wesentlich teurer. Zusätzlich ist ein Werbefilm, der deutschlandweit in den Kinos läuft, selbstverständlich teurer, als ein regionaler Spot.

Kontakt

dluxe media GmbH
Goethe Allee 5
37073 Göttingen
Tel: 0551-280-433-50

Fax: 0551-280-433-60
info@d luxe-media.de
www.kinowerbung24.com

Pressekontakt

kinowerbung24.com

Herr Winfried Wengenroth
Königstr. 7
30175 Hannover

kinowerbung24.com
info@kinowerbung24.com

Firmenkontakt

kinowerbung24.com

Herr Winfried Wengenroth
Königstr. 7
30175 Hannover

kinowerbung24.com
info@kinowerbung24.com

Kinowerbung24.com ist eine Vereinigung kompetenter Dienstleister für Kinowerbung, welche zusammen mehr als 20 Jahre Erfahrung in dieser Branche mit sich bringen. Diese Spezialisten haben sich zusammengeschlossen, um ihrer Zielgruppe, also den Nachfragern an Kinowerbung vor Ort kompetent, günstig und effizient alle Wünsche ermöglichen können. Durch das große Netzwerk, welches kinowerbung24.com hat, können Werbespots besser, und schneller vermarktet werden, was einen klaren Vorteil gegenüber einer singulären Kinowerbeagentur darstellt.

Anlage: Bild

