

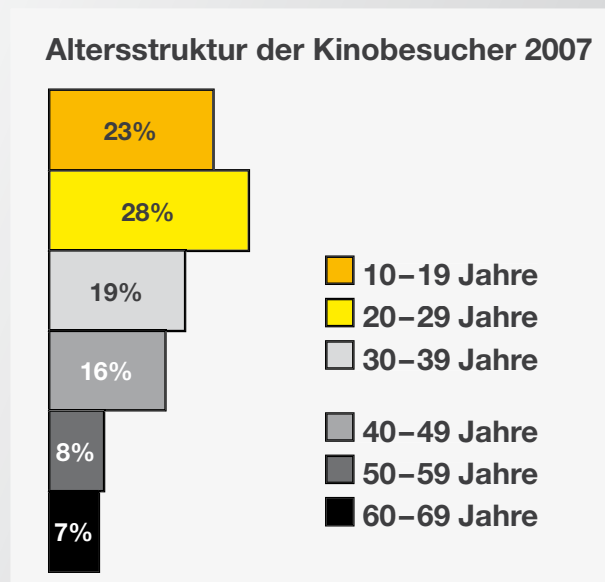
Werben im Mathäser Filmpalast – Zielgruppenprofil

Ein Kinobesuch ist eine willkommene Abwechslung vom Alltag und bedeutet vor allem Spaß und Unterhaltung. Im Kino vergessen wir alles andere um uns herum, denn Kino findet in entspannter Freizeitatmosphäre statt.

Kino ist jung: Mit kaum einem anderen Werbemedium kann man eine größere Zuschaueraufmerksamkeit erreichen. 51% aller Kinogänger gehören zu den 10–29-Jährigen, 70% gehören zu den 10–39-Jährigen. Werbung gehört für die junge Generation zum Freizeitvergnügen Kino dazu – hier wird akzeptiert, was unterhält und neugierig macht. Das Durchschnittsalter des Kinogängers lag im Jahr 2007 bei 32,7 Lebensjahren.

Darüber hinaus ist Kino aber auch für andere Altersgruppen interessant: Die Altersgruppe

der 40–49-Jährigen verzeichnete seit 1998 einen Besucheranstieg von 22%, in der Altersgruppe der über 60-Jährigen beträgt die Steigerung sogar 66% – Tendenz steigend. Interessant: Der deutsche Film hat seine größte Fangruppe in der Altersgruppe 60 plus.



Quelle: ffa-Studie: Der Kinobesucher 2007

Kinogänger sind kaufkräftig: Die jugendliche Kernzielgruppe ist aber nicht nur als Meinungsmacher, sondern auch bei den Ausgaben ihres Medienbudgets ein wichtiger Faktor: die 16–19-Jährigen geben ein Fünftel ihres „Einkommens“ für Kino aus – im Verhältnis zu den übrigen Altersgruppen ein durchaus großer Anteil.

Generell besteht bei Kinogängern – im Vergleich zur Gesamtbevölkerung – eine überdurchschnittlich hohe Kaufkraft: 52% der Kinobesucher haben ein Haushaltseinkommen von mehr als 2.250€.

Kinogänger sind gebildet: Kinogänger verfügen im Verhältnis zur Gesamtbevölkerung über eine überdurchschnittlich gute Bildung: 51% können Abitur oder ein Studium vorweisen, weitere 38% haben einen Realschulabschluss oder eine weiterführende Fachschule besucht.

Kommunikationsplattform Kino

Werbung im Kino ist vielfältig: Profitieren Sie von unseren zahlreichen Kommunikationsmöglichkeiten und präsentieren Sie sich, wo andere Spaß haben. Ihr Vorteil: Zielgruppen können exakt definiert und ohne Streuverluste angesprochen werden. Eine in diesem Umfeld platzierte Werbung wird definitiv nachhaltiger wahrgenommen als in vielen anderen Medien.

Das Werbespektrum im Kino ist hierbei vielfältig: Ob auf der großen Leinwand oder auf den Programmflyern, ob beim Produktsampling auf Kinositzen oder über Monitorwerbung im Foyer.

Nutzen Sie unsere Erfahrung. Der Mathäser Filmpalast wird von der Kinopolis-Gruppe betrieben. Mit mehr als 100 Jahren Kinogeschichte hat die Kinopolis-Gruppe als Familienunternehmen die Kinogeschichte

in Deutschland mitgeschrieben. Menschen zu begeistern, ist unser tägliches Geschäft. Mit Leidenschaft und Professionalität setzen wir uns – mittlerweile in vierter Generation – für die ganze Welt des Kinos ein.

Aufgrund unserer langjährigen Erfahrung verfügen wir über ein umfassendes Marktverständnis für Kino und Marketing. Darauf können sich unsere Kunden und Kooperationspartner verlassen. Wir arbeiten lokal und kundennah – eine Voraussetzung, Ihre Zielgruppe so zu erreichen, wie Sie es sich wünschen.

Rufen Sie uns an – wir beraten Sie gerne:
CineArt Marketing GmbH
Wilhelminenstraße 9, 64283 Darmstadt
Fon: (06151) 2978-610
Fax: (06151) 2978-34
E-Mail: nblum@cine-art.de

