Intermediavergleich – Kino

Vorteile
Lokal, regional und national einsetzbares Unterhaltungsmedium. Intensives Bild- und Tonerlebnis auf dominanter Projektionsfläche, kaum Störfaktoren: Hoher Erinnerungswert, hohe Aufmerksamkeit, hohe Identifikationsmöglichkeit.

Quantitative Medialeistung
Rascher Reichweitenanstieg bei mehreren Einschaltwochen. Geringe Durchschnittskontakte. 4 Einschaltwochen in allen Kinos erzielen bei den ca. 14 bis 34-jährigen je nach Periode ca. 20 % Reichweite und 1.4 OTS.

Kommunikationsfähigkeit
Emotionale und multisensorische Ansprache mit tendenziell hoher Aufmerksamkeit (Kontaktqualität) des Zielpublikums. Besonders effektiv als Teil einer integrierten Kampagne. Eignung für nationale und lokale Kampagnen. Zielgruppensteuerung und individuelle Kampagnengestaltung z.B. über Wahl der Kino-Standorte, Filmgenre oder Einzelfilme.

Nutzerschwerpunkte
49.9% Prozent der Kinobesucher sind zwischen 14 und 34 Jahre alt, 33.6% zwischen 35 und 54 Jahre, 16.5% ist 55 Jahre und älter. Schwerpunkt liegt bei städtischen, ausgeh- und konsumfreudigen, aktiven und gut gebildeten Personen (Trendsetter, Early Adopters).

Werbeangebotsformen
Target-Fokus: Genrebuchung, Filmbuchung, Einzelkinobuchung, 3D-Werbung Geo-Fokus: 3 sprachregionale Pools, 8 Center-Pools, 1 Key-Cities Pool, 1 Agglo-Pool Publicitas Cinecom bietet schweizweite Abdeckung auf rund 310 Leinwänden in allen Sprachregionen: Klassische Leinwandwerbung, Open-Air, CineOpéra/CineBallet, Adscreen, crossmedial (TV, Online) und weitere Spezialwerbeformen (3D-Werbung, Promotionen und Events).

Kosten
Einheitlicher Basis TKP von CHF 12.50 pro Sekunde

Quelle: mediakanzlei