



PRESSEMITTEILUNG

Hamburg, 08. August 2011

Kinospendings auf Rekordkurs: Einbuchungsstand jetzt schon auf Jahresend-Niveau 2010.

Mit einem Plus von 24 Prozent gegenüber dem Vorjahr setzt Kino seine Erfolgsgeschichte im ersten Halbjahr 2011 fort.

Neben Kino kann nur Online nach Nielsen Media Research noch höhere Zuwachsraten bei den Brutto-Werbependings gegenüber dem Vorjahreszeitraum verzeichnen. Damit stehen zwei Medien an der Spitze der Entwicklung, die sich konsequent der performancebasierten Abrechnung und ausgereiften Zielgruppenansprache verschrieben haben.

Udo Schendel, Geschäftsführer WerbeWeischer, wundert das nicht: „Die Einführung unseres neuen Buchungssystems Cinema Reloaded hat viele Kunden, die dem Kino in den letzten Jahren den Rücken gekehrt hatten, wieder zurück auf die große Leinwand gebracht. Was uns noch mehr freut: Kunden und Branchen, die noch nie im Kino geworben haben, entdecken die Werbequalität des Mediums für sich.“

Insbesondere vom gut besuchten Vorweihnachtszeitraum verspricht sich Schendel noch zusätzliche Impulse für das laufende Jahr: „Allein im November und Dezember starten sechs Filme, die das Zeug zum Millionen-Seller haben. Von Sarah Jessica Parker in „I don't know how she does it“ über „Breaking Dawn: Bis(s) zum Ende der Nacht- Teil 1“, „Happy Feet 2“, dem Animationsstreifen „Der gestiefelte Kater“ aus „Shrek“ bis hin zu „Alvin und die Chipmunks 3“ und „Mission: Impossible – Phantom Protokoll“ ist für jeden Zielgruppenanspruch etwas dabei.“

Über WerbeWeischer GmbH & Co. KG

WerbeWeischer GmbH & Co. KG ist seit mehr als 50 Jahren Kinovermarkter in Deutschland und platziert Kinowerbung – Leinwandpräsenz, Promotion oder Sonderwerbeform – dort, wo sie effektiv wirkt. Das Unternehmen betreut die führenden Kinoketten in Deutschland und wickelt 80 Prozent aller Kino-Werbependings ab. Der Marktführer setzt Kampagnen auf lokaler, nationaler und internationaler Ebene in allen Kinos um und stellt dabei die

Kundenorientierung in den Mittelpunkt. Die Einbindung in die Weischer.Mediengruppe schafft Synergien mit den Bereichen Out-of-Home, Online und Mobile Marketing. Seit 1996 ist WerbeWeischer deutscher Repräsentant der Cannes Lions – International Festival of Creativity.

Weischer.Mediengruppe: Führend in Kino- und Plakatwerbung

Das Ziel der Weischer.Mediengruppe ist klar gesteckt: Die Werbegelder der Kunden sollen im Kino- und Out-of-Home-Markt – den beiden Kernbereichen des Firmenverbundes – effizient und zielgruppengenau zum Einsatz kommen.

Die Kunden der Weischer.Mediengruppe profitieren nicht nur von der Erfahrung aus mehr als 50 Jahren Marktpräsenz, sondern auch von der Innovationskraft des Unternehmens und seiner Kompetenz in Forschung, Beratung und Planung. Dieser Know-how-Vorsprung im gesamten Dienstleistungsportfolio hat die Weischer.Mediengruppe zum Marktführer gemacht: Rund 200 Mitarbeiter sind an vier Standorten – Hamburg, Frankfurt / Main, Wuppertal und Bonn – für die Kunden der Weischer.Mediengruppe tätig.

In der Weischer.Mediengruppe agieren zwei Holdinggesellschaften, die 2010 einen Umsatz von rund 300 Mio. Euro erwirtschafteten: Die Weischer Kino-Media oHG bündelt alle Aktivitäten rund ums Thema Kino, die Weischer Medien-Service KG ist u.a. mit ihrer Firma Jost von Brandis im Außenwerbemarkt erfolgreich.

Als persönlich haftende Gesellschafter stehen Florian und Marcus Weischer für die Kontinuität des von ihrem Vater Hans Weischer gegründeten Familienunternehmens, das bis heute inhabergeführt und networkunabhängig ist.

Weitere Infos unter www.weischer.net.

Pressekontakt:

Weischer.Mediengruppe
Frank Senger
T +49 40 80 90 58 2285
frank.senger@weischer.net