

HDF
KINO e.V.

CAMPUS TRIFFT

WOCHENENDREBELLEN

Workshop für lokales Kinomarketing

Ergebnisse der Workshops DEUTSCHE FILME – GROSS IM KINO



Start: 28. September 2023

Länge: 110 min.

FSK: ab 6

Prädikat: besonders wertvoll

[Trailer](#)

[Materialserver](#)

Marketing-Informationen

ZIELGRUPPE

Kern:

- Alter: 40+
- m/w: 40/60

Erweitert

- 10 – 15 Jahre
- 20 – 39 Jahre

Qualitativ

- Mainstream & Crossover Publikum (Großstadt)
- Mittleres bis höheres Bildungs- und Einkommensniveau
- Fans von Florian David Fitz
- Fans von Komödien und Filmen mit Tiefgang
- Fans von deutschen Filmen
- Fans von Filmen von Wiedemann & Berg
- Fans von Marc Rothemund-Filmen
- Fans von Fußball

POSITIONIERUNG

Themen

- Familie, Zusammenhalt, Liebe, Akzeptanz
- Fußball
- Inklusion, Autismus

USP

- Berührende und authentische Vater-Sohn-Geschichte
- Mit Publikumsliebling Florian David Fitz in der Hauptrolle, begleitet von einem hochkarätigen Ensemble
- Basierend auf einer wahren Geschichte
- Hoher Production Value durch erfolgreiches Kreativ-Team

Tonalität

- Berührend, liebevoll, humorvoll, authentisch, ergreifend

STRATEGIE

- Positionierung als **großes Deutsches Kino**
- Fokus auf den Hauptdarsteller **Florian David Fitz**

JASONS REGELN

Fußball

1. Kein Spiel darf abgebrochen werden, müssen bis zum Ende bleiben.
2. Da sitzen/stehen wo die richtigen Fans sind.
3. Die Spieler dürfen nicht zu viele bunte Schuhe tragen.
4. Es darf nicht alles voll mit Werbung sein.
5. Es dürfen keine Nazis unter den Fans sein.
6. Das Maskottchen darf nicht peinlich sein.
7. Es muss Wert auf Umwelt und Nachhaltigkeit gelegt werden.
8. Die Spieler dürfen keinen Einschwürungskreis machen.

Familienvereinbarung

1. Essen darf nicht weggeworfen werden, es sei denn, es wurde drei Tage nicht angerührt.
2. Fleisch darf nur zweimal in der Woche gegessen werden.
3. Einwegplastik ist komplett verboten.
4. Auf Jasons Teller dürfen sich die verschiedenen Bestandteile nicht berühren. Da gibt es keine Ausnahme.
5. Das Wort Tomate ist tabu. Es heißt "Bratkirsche".
6. Jason darf in jedem Fahrstuhl fahren, den er sieht.
7. Jason entscheidet, ob man ihn berühren darf.
8. Essen wird nicht geteilt.

IDEENPAPIER – WORKSHOP-ERGEBNISSE

IM KINO

Aufruf: Im Trikot ins Kino!

Als Belohnung gibt es bspw. Popcorn. Foto von Gästen mit Trikots im Saal posten und ggf. der Lokalpresse zur Verfügung stellen.

Abstimmungen im Saal, z.B.:

- bester Verein
- schönstes Trikot
- peinlichstes Maskottchen

Veröffentlichung der Ergebnisse auf den Social-Media-Kanälen.

Aktionstag für Vereine mit Rabatten, Möglichkeit für Sondervorstellungen.

Fotowände mit Vereinswappen des lokalen Vereins, bzw. des Kino-Lieblingsvereins und Film-Deko für Selfies. Natürlich mit Hinweis, dass die Bilder mit Fan-Statement gepostet werden sollen, gerne mit Hashtags: #wochenendrebellen #kino #leonine #wochenendrebell

Give-aways an Zielgruppe verteilen:

- Bierdeckel (perfekt auch für Koops mit Gastro-Partnern)
 - Format FINGERFUSSBALL
 - Format QUADRAT
- Button: ICH BIN EIN WOCHENENDREBELL
 - Durchmesser 38 mm

Die Produktion übernimmt jedes Kino selbst. Wir empfehlen die Produktion über flyeralarm. Hier die Links zur Konfiguration: [Bierdeckel](#) und [Buttons](#).

Für die Gestaltung der o.g. Bierdeckel und Buttons stellt LEONINE entsprechende Layouts zur Verfügung. Diese sind in Arbeit und folgen zeitnah.

AUSSERHALB DES KINOS

Institutionelle Partner & Vereine:

- **Lokale Partner zum Thema „Inklusion“**
 - Förderer und Förderschulen
 - Schulen (empfohlen ab 5. Klasse, Material für Lehrer folgt)
 - Inklusionsgruppen
 - Elterngruppen
 - soziale Einrichtungen
 - Kulturbeauftragte der Städte

Verleih wird zeitnah Liste mit passenden Partnern aus diversen Themenbereichen zur Verfügung stellen. Unabhängig davon können bestehende oder bekannte Partner frühzeitig angesprochen werden.

- Aufsager vom Cast/Jason & Mirco mit Empfehlung (sind noch in Arbeit)

Die Kooperationsmöglichkeiten mit institutionellen Partnern sind vielfältig: Sondervorstellungen mit Diskussion, Infos im Foyer, Ansprache von Interessierten über Netzwerke und Medien sind wünschenswert. Auch gemeinsame Presse- und Öffentlichkeitsarbeit können ein Thema sein.

- **Vereine und Gruppen präsentieren sich im Kino.** Infostände oder -wände sind denkbar, aber auch Einbindung in Veranstaltung als Gesprächspartner.
- **Sondervorstellungen für Vereine:** Deren Sponsoren werden angesprochen, um die Vereine einzuladen. Im Gegenzug gibt es Werbung für die Sponsoren im Kino, bzw. den Kino-Medien.
- Grundsätzlich zum Thema Lieblingsverein: **Auch Nicht-Fußballvereine können angesprochen werden!**
- How-to-Vorlage zur lokalen Adaption: Ansprache von institutionellen Partnern und Vereinen. Diese ist in Arbeit und folgt zeitnah.

Kooperationspartner:

- Sportgeschäfte (Deko Sportschuhe)
- Frauen Fußball WM – Orte mit Public Viewing (20. Juli – 20. August)
- Geschäftskunden: Firmen laden Team ggf. mit Familien ins Kino ein (Themen: Familie, Alltag, Vereine)
- Reisebüros
- Werbung an Bahnhöfen und Bushaltestellen, ggf. bei dort ansässigen Geschäften
- Bio- und Unverpackt-Läden (evtl. Bild und Empfehlung von Jason)
- Buchhandel: [hier](#) die Infos zur Buchvorlage
- Öffentliche Einrichtungen: Bibliotheken, Schwimmbäder...

Die Koop-Partner können den Film bei sich mit Plakaten bewerben, darüber hinaus aber auch die eigenen Newsletter, Social-Media-Kanäle und direkten Kundenkontakte nutzen, um Interessierte zu erreichen und ggf. Aktionen zu bewerben. Auch Produkte als Preise für Gewinnspiele des Kinos sind denkbar. Zur einfacheren Bewerbung des Films bei Kooperationspartnern stellt LEONINE interessierten Kinos Plakate im Format DIN A3 zur Verfügung.

Wenn Sie für Ihr Kino DIN A3-Plakate bestellen möchten, schicken Sie bitte eine Mail an

SOCIAL MEDIA

Unser Kino sucht einen Lieblingsverein

Fans & Follower geben Empfehlungen ab, bzw. äußern Wünsche

Fangesänge: Das Team und/oder die Gäste singen im Kino - auch für TikTok!

Bewerbung des Filmes: **„Stadionatmosphäre“ im Kino:** Gemeinsam große Emotionen erleben, Getränke, Snacks, Lieblingsmenschen und beste Sicht auf alles, was wichtig ist!

Thema „Jasons Regeln“: z.B.:

- Wie sind eure „Familienregeln“?
- Welche „Kinoregeln“ gibt es?

So nachhaltig ist das Kino. Beispiele für das Engagement des Kinos, das den Gästen vielleicht gar nicht bewusst ist.

Wenn thematisch (Film, Reise, Inklusion, Fußball, Familie) sinnvoll:

Zusammenarbeit mit lokalen Influencern.