

PRESSEINFORMATION

Das neue Kino-Erlebnis „Youtuber-Preview“:

STUDIOCANAL und PURE Online gehen neue Wege im Online-Marketing

Berlin, 5. Dezember 2013

Das junge Publikum wendet sich zunehmend vom klassischen Fernsehen ab und verfolgt Bewegtbildinhalte immer mehr im Internet, vor allem auf Youtube. Für die Vermarktung von Kinofilmen wird es folglich immer wichtiger, mit den neuen Youtube-Stars eng zu kooperieren. Sie beweisen durch die rasant steigenden Abonnenten-Zahlen auf ihren Channels, dass sie die medialen Opinion-Leader des digitalen Zeitalters sind.

Als Konsequenz dieser Entwicklung hat die Online-PR-Agentur PURE Online das Modell der „Youtuber-Previews“ konzipiert. Heute Abend findet im Berliner Kino Astor Filmlounge ein Event der Reihe statt, wenn STUDIOCANAL den neuen Film der Coen-Brüder INSIDE LLEWYN DAVIS zwei Tage vor Kinostart exklusiv den Fans von zwei wichtigen Youtube-Channels zeigt: DVDKritik von Robert Hofmann (<http://www.youtube.com/user/DVDKritik>) und theclavinover von Marti Fischer (<http://www.youtube.com/user/theclavinover>).

Am 20. November waren Robert Hofmann von DVDKritik zusammen mit Elisa von alive4fashion, deren Youtube-Channels zusammen auf über 136.000 Abonnenten kommen, Gastgeber für das bisher größte Event dieser Art im UCI Colosseum Berlin, an dem über 500 begeisterte Gäste teilnahmen: Einer Vorpremiere des tags darauf überaus erfolgreich angelaufenen Blockbusters DIE TRIBUTE VON PANEM – CATCHING FIRE.

Das Event kam bei der Zielgruppe hervorragend an: Die Fans durften einen der am heißesten erwarteten Kinofilme 2013 vor dem offiziellen Starttermin sehen und vor allem ihre Youtube-Stars persönlich treffen. Fast eine Stunde lang standen diese für gemeinsame Fotos, Autogramme und Small-Talk zur Verfügung. Bei der anschließenden, großen Preisverleihung im Kinosaal wurden unter anderem Gäste prämiert, die im Filmlook verkleidet erschienen waren. Ihre Begeisterung über dieses Event haben die Fans anschließend über Social Media-Kanäle wie Facebook, Twitter, Instagram und natürlich Youtube geteilt – und allein auf den beiden Gastgeber-Channels hatten die Event-Beiträge bislang bereits über 80.000 Views. Das abschließende Video zur Preview gibt einen schönen Einblick in das Event: <http://youtu.be/rPh8o88Ujgs>.

Die Gastgeber Robert Hofmann und Elisa sind ebenso begeistert von der Preview: „Diese Art von Event ist völlig neu und eine tolle Möglichkeit, Kino einmal anders zu erleben“, meint Elisa von alive4fashion. „Ich habe den Abend zusammen mit den Fans sehr genossen und hoffe, bald wieder dabei sein zu dürfen.“

Robert Hofmann sieht großes Potenzial in den Youtuber-Previews: „Es ist wirklich eindrucksvoll, ein solches Event mitzugestalten und die Freude in den Augen der Fans zu sehen. Ich werde diesen Weg zusammen mit PURE Online in den kommenden Jahren weiter beschreiten, weil sich hier Leidenschaft für Film, sowie Engagement und Interesse am Publikum fabelhaft ergänzen.“

Lutz Rippe, Head of Marketing bei STUDIOCANAL: „Die Kinogänger von heute sind schnell, sehr mobil und suchen authentische Events. Mit den Youtube-Previews erreichen wir sie auf direktem Weg und erhöhen die Visibilität und Reichweite unserer Kampagnen in dieser heftig umgarnten Zielgruppe. Youtube-Previews sind ein Tool, das wir sicher auch weiterhin einsetzen werden.“

„Wir sind glücklich, dass wir mit STUDIOCANAL einen Kunden haben, der stets dafür offen ist, mit uns neue digitale Wege zu gehen“, sagt Willi Wudtke, der bei PURE Online für die Kampagne verantwortlich war. „PURE Online hat mit den Youtuber-Previews ein Event entwickelt, das wir, nach dem großen Erfolg der ersten Veranstaltungen, 2014 noch deutlich ausbauen und als eigenständige Dienstleistung anbieten werden.“

Über STUDIOCANAL:

Als Tochter der CANAL+ -Gruppe ist STUDIOCANAL eines der führenden europäischen Filmunternehmen. Es ist in Koproduktion, Einkauf und Distribution internationaler Spielfilme auf sämtlichen Vertriebswegen aktiv: Kino, DVD & Blu-ray, TV und Video on Demand. Als einziges Studio ist es in den drei wichtigsten europäischen Ländern Frankreich, Großbritannien und Deutschland tätig. Jährlich vertreibt es in Europa rund 50 Filme. In Australien und Neuseeland ist STUDIOCANAL seit der Übernahme von Hoyts Distribution im Juli 2012 ebenfalls aktiv. In Deutschland ist STUDIOCANAL einer der bedeutendsten Filmverleiher und ein führender Anbieter von DVDs und Blu-rays. Außerdem ist das Unternehmen in der Produktion von Kinofilmen sowie im TV-Lizenzhandel und den Neuen Medien aktiv. Das Unternehmen ist aus der 1984 gegründeten KINOWELT hervorgegangen und kann im deutschsprachigen Raum auf eine Bibliothek von über 7.000 Titeln zurückgreifen. Mit dem Label ARTHAUS verfügt das Unternehmen über die führende Marke für den besonderen Film.

Über PURE Online:

Die 2010 gegründete Berliner Agentur bietet Online-Kampagnen, zugeschnitten auf die Bedürfnisse der Kino-, DVD- und TV-Kunden. Schwerpunkte von PURE Online sind neben der klassischen Online-PR die Bereiche Online-Promotions und Social Media.

Weitere Informationen erhalten Sie auch unter: www.pureonline.de.

<p>Kontakt PURE Online: Willi Wudtke Tel. 030 28 44 509 11 E-Mail: willi.wudtke@pureonline.de</p>	<p>Kontakt STUDIOCANAL Unternehmenskommunikation: Limelight PR Martin Wieandt Tel. 030 / 263 96 98 12 E-Mail: martin.wieandt@limelight-pr.de</p>
---	--

STUDIOCANAL GmbH

THEATRICAL DISTRIBUTION GERMANY
PUBLICITY
NEUE PROMENADE 4
D10178 BERLIN

TEL.: + 49 (0) 30 81 09 69 - 316
FAX: + 49 (0) 30 81 09 69 - 309
INTERNET: PRESSE.STUDIOCANAL.DE
E-MAIL: PRESSE@STUDIOCANAL.DE