

PRESSEMITTEILUNG

Hamburg, 13. März 2014

Weischer.Storyhouse und Infoscreen inszenieren Bewegtbild-Advertorial zum Kinohit „Vaterfreuden“ mit Mercedes-Benz

„Vaterfreuden“, der aktuelle Film mit Matthias Schweighöfer, ist derzeit der absolute Hit in den deutschen Kinos und hat gleich am ersten Wochenende die Kinocharts gestürmt. Mercedes-Benz nutzte die Begeisterung für „Vaterfreuden“ und setzte in Kooperation mit Pantaleon Films und Warner Bros. im Rahmen einer vom Weischer.Storyhouse inszenierten Entertainmentkampagne, auf die emotionale Interaktion mit den Kinofans im Digital Out-of-Home.

Zum Filmstart entwickelte Weischer.Storyhouse, eine Unit von Weischer.Media, in enger Zusammenarbeit mit der Ströer-Tochter Infoscreen für Mercedes-Benz ein 25-sekündiges Bewegtbild-Advertorial. Das Advertorial verknüpft Filminhalte und exklusives Making-of-Material aus „Vaterfreuden“ charmant mit der Präsenz der Marke Mercedes-Benz. Inhalt des Advertorials ist ein Gewinnspiel, bei dem die Teilnehmer einen Setbesuch bei Matthias Schweighöfers nächstem Film inklusive Anreise im Mercedes-Benz gewinnen können.

Das Advertorial-Format und der Filmtrailer waren eine Woche lang ganztags auf digitalen Out-of-Home-Medien bundesweit zu sehen. Jost von Brandis, die Out-of-Home-Spezialisten von Weischer.Media, setzten die Bewegtbild-Kampagne auf Infoscreens sowie auf Plattformen von OC Station in U- und S-Bahnhöfen um.

Die Entertainmentkampagne inklusive Gewinnspiel erzielte hohe Responsequoten und die kampagnenbegleitende Marktforschung zeigt, dass Digital Out-of-Home -Kommunikation trotz hoher Situationskomplexität nachhaltig gut erinnert wird.

Spontan (Recall) kann sich insbesondere die junge Zielgruppe der 18- bis 29jährigen überdurchschnittlich gut an die Spots erinnern. Während der Film-Trailer in der Recognition eine sehr breite Zielgruppe anspricht, wird das Mercedes-Advertorial vor allem von Männern und 50-65jährigen sehr gut wahrgenommen (29%, 33%); bei den Top-Verdienern erinnern sich sogar 35% an das Advertorial.

Für Mercedes-Benz und „Vaterfreuden“ wurde jeweils eine hohe Aktivierungsleistung erzielt. So gaben erstaunliche 26% der Probanden an, sich in den nächsten vier Wochen über

einen PKW der Marke Mercedes-Benz informieren zu wollen. Sogar 56% teilten mit, dass sie sich den Film „Vaterfreuden“ im Kino anschauen wollen.

Digitale Out-of-Home-Kommunikation beweist somit eine hohe Leistungsfähigkeit hinsichtlich Zielgruppen-Ansprache und Aktivierung. Gleichzeitig zeigt die Entertainment-Kampagne, wie Film als Plattform für Markenkommunikation wirkungsvoll genutzt werden kann.

Über Weischer.Media GmbH & Co.KG

Weischer.Media steht für emotionale Markenpräsenz rund um das Erlebnismedium Kino, für zeitlich und räumlich optimierte Inszenierung von Zielgruppendialog auf Out-of-Home-Medien, für spannendes Storytelling mit Entertainment-Formaten und für nachhaltiges Markeninvolvement per digitalem Marketing.

*Mit über 270 Mitarbeitern an den Standorten Hamburg, Frankfurt, Wuppertal, Bonn und Zürich erwirtschaften die unter dem Dach von **Weischer.Media** zusammengeschlossenen Unternehmen einen Jahresumsatz von über 300 Millionen Euro. **Jost von Brandis** steht als eine der führenden, unabhängigen Spezialagenturen für kreative Medien- und Markenkonzepte in der Außenwerbung. **WerbeWeischer** ist klarer Marktführer im deutschen Kinowerbemarkt und – historisch betrachtet – das Kernstück von Weischer.Media. Als Verbundpartner und Werbeverwaltungen agieren fünf Schwesterunternehmen von WerbeWeischer: Union Kinowerbung, CineCom Kinowerbung, Europa Film + Werbung, Udia-Filmwerbung und die Heinefilm Kinowerbung in Bonn. Seit 2013 ist **WerbeWeischer Schweiz** im Schweizer Kinomarkt vertreten.*

*Zentraler Servicedienstleister für Einkauf, Produktion und Logistik ist die **adeins Medialogistik**.*

*Mit eigenen Units für Online-Vermarktung und Mobile-Marketing von Jost von Brandis, WerbeWeischer sowie **Weischer.Online** eröffnet Weischer.Media den Kunden die Möglichkeit, Kampagnen wirkungsstark zu vernetzen. Die interdisziplinäre Entwicklung und Umsetzung innovativer Medien- und Markenkooperationskonzepte zur Steigerung von Markenwahrnehmung und Abverkauf bietet die Weischer.Media-Tochter **elbbergMedia**.*

*Das **Weischer.Storyhouse** bündelt die Geschäftsfelder Branded Content, Alternative Programming und Entertainment-Marketing. Bei **Weischer.Solutions** sind übergreifend die Unternehmensbereiche Marketing, Forschung, HR, IT und Finance zusammengefasst.*

WerbeWeischer ist langjähriger offizieller deutscher Repräsentant der Cannes Lions beim renommierten Cannes Lions International Festival of Creativity.

Weitere Infos unter www.weischer.net

Pressekontakt:

Weischer.Media GmbH & Co.KG
Björn Hoven
Director Weischer.Storyhouse
T +49 40 80 90 58 2149
bjoern.hoven@werbeweischer.de

INFOSCREEN

Über Infoscreen

Die Infoscreen GmbH ist Spezialist und Marktführer für digitale Außenwerbemedien mit einem hohen Anteil an redaktionellem Content. Das Konzept, einen Programmix aus Information, Unterhaltung und Werbung im öffentlichen Raum zu zeigen, prägt die Erfolgsstory von Infoscreen seit 1994. Das Unternehmen vermarktet heute über 2.900 Werbeflächen und ist eines der führenden Unternehmen in Europa. Das Unternehmen bietet seinen Kunden umfassende Netzwerke für landesweite digitale Out-of-Home-Kampagnen. Dabei wird großer Wert auf die Qualität und Innovation der Werbeträger, sowie ein auf den Markt ausgerichtetes Werbevermarktungskonzept gelegt. Infoscreen ist eine Tochtergesellschaft der Ströer-Gruppe.

Über Ströer

Die Ströer Media AG ist einer der führenden Anbieter für Außen- und Online-Werbung und bietet den werbungstreibenden Kunden individualisierte und voll integrierte Premium-Kommunikationslösungen an. Ströer setzt damit in Europa auf dem Gebiet der digitalen Medien zukunftsweisende Maßstäbe in Innovation und Qualität und eröffnet Werbungstreibenden neue Möglichkeiten der gezielten Kundenansprache.

Die Ströer Gruppe vermarktet über 280.000 Außenwerbeflächen und mehrere tausend Webseiten. Mit einem Konzernumsatz von 560 Millionen Euro für das Gesamtjahr 2012 zählt die Ströer Media AG gemessen an den Umsätzen zu den größten Anbietern von Außenwerbung in Europa. Die Ströer-Gruppe beschäftigt rund 2.200 Mitarbeiter an mehr als 70 Standorten.

Mehr Informationen zum Unternehmen finden Sie unter www.stroeer.com

Pressekontakt

Marc Sausen
Ströer Out-of-Home Media AG
Leiter Konzern-Kommunikation
Ströer Allee 1 • D-50999 Köln
Telefon: 02236 / 96 45-246
Fax: 02236 / 96 45-6246
E-Mail: [msausen\(at\)stroeer.de](mailto:msausen@stroeer.de)