



PRESSE-INFORMATION

“Video rein – Alltag raus“

Entertainment-Branche startet neue Werbekampagne

Düsseldorf, 01. August 2000 – Die Videobranche hat gut lachen. 1999 war für sie ein sehr erfolgreiches Jahr. Über 1,8 Milliarden DM Gesamtumsatz bedeuteten ein Plus von rund acht Prozent. Für Michael Schwerdtfeger, stellvertretender Vorsitzender des Interessenverband des Video- und Medienfachhandels in Deutschland e. V. (IVD), ein folgerichtiger Trend: "Videos sind mehr denn je ein modernes und attraktives Freizeitangebot. In bester Bild- und Tonqualität bringen sie Spielfilm-Highlights deutlich früher auf den Markt als beispielsweise Pay- oder Free-TV - und natürlich ganz ohne Werbeunterbrechungen. Sie bieten damit die perfekte Unterhaltung für jeden Geschmack." Neun der führenden Unternehmen aus der Branche haben sich jetzt im IVD-Arbeitskreis zusammengefunden, um diese Marktposition weiter auszubauen.

Unter dem Slogan "Video rein - Alltag raus" will dieser Arbeitskreis künftig vor allem Neuerscheinungen stärker herausstellen. Gemessen an den Budgets für Kinofilme sind die Werbeaufwendungen für Videos vergleichsweise gering. Die Folge: Viele Konsumenten sind über das aktuelle Videoprogramm nur unzureichend oder gar nicht informiert. Es ist deshalb nicht verwunderlich, dass Videotheken in der Regel eine kleine, wenn auch treue Kundenschaft haben. Etwa 70 Prozent des Umsatzes werden mit 30 Prozent der Kunden erzielt.

Um deutlich mehr Kunden zu erreichen, haben die Filmanbieter beschlossen, ihre Aktivitäten in einer gemeinsamen Kampagne zu bündeln. Schritt für Schritt integrieren sie den Slogan in ihre Marketing-Aktionen für neue Titel. Neben Anzeigen, Postern, Displays, Werbeartikeln und Radio-Spots findet sich "Video rein - Alltag raus" künftig auch als Trailer und Sticker auf den Videokassetten.

Sehr erfolgreich erscheint in einer großen deutschen Boulevardzeitung bereits jetzt wöchentlich eine Anzeige, die über aktuelle Videos informiert. Unter der Überschrift "Immer Dienstags in BILD: Die aktuellen Video-Tipps der Woche" finden die Leser hier wöchentlich - direkt neben dem Fernsehprogramm - Hinweise auf neue Videos.

Die Mitglieder des Arbeitskreises:

- Buena Vista
- BMG / UFA
- Columbia
- Kinowelt
- Paramount / Highlight
- Twentieth Century Fox Home Entertainment GmbH
- Universal Pictures
- VCL
- Warner



PRESSE-INFORMATION

Für Rückfragen und weitere Informationen:

Interessenverband des Video- und Medienfachhandels in Deutschland e.V.

Jörg Weinrich

Tel.: 0211 / 577 390-0

Fax: 0211 / 577 390.69

e-Mail: ivd@ivd-online.de