



PRESSEINFORMATION

Tom Cruise macht Jagd auf Goldenes Ticket

Mission: Impossible – Rogue Nation peilt 300.000 Besucher an – INFOSCREEN-Kooperation als Turbo

Wien, 13.07.2015 – Halb Österreich hat noch die Bilder im Kopf, als Tom Cruise vor einem Jahr von der Wiener Staatsoper sprang. Am 23. Juli kehrt der Mission: Impossible-Hauptdarsteller an das Haus am Ring zurück: zur Weltpremiere von „Rogue Nation“. Von dieser einzigartigen Publicity erwartet sich Paramount Pictures Austria enormen Rückenwind für den offiziellen Kinostart am 06. August. Angepeilt wird das „Goldene Ticket“, also 300.000 Zuseher binnen 18 Monaten. Einen zusätzlichen Promotion-Turbo zündet eine INFOSCREEN-Kooperation mit redaktionellen Schwerpunkten, klassischen Spots, Location Based Advertising und Gewinnspielen. So haben INFOSCREEN-Zuseher zwei einzigartige Chancen. Zwei Tickets gibt es für die Weltpremiere in der Oper zu gewinnen, für die INFOSCREEN-Sondervorstellung am Tag vor dem Kinostart sogar einen ganzen Saal.

„Es muss wohl zu einem guten Teil daran gelegen haben, dass sich Tom Cruise und die gesamte Filmcrew in Wien besonders wohl gefühlt haben“, freut sich Barbara Steiner über die Entscheidung, die Weltpremiere von „Mission: Impossible – Rogue Nation“ in Wien zu feiern. Die Marketingleiterin von Paramount Pictures Austria hat schon jetzt fixe Zusagen von den Hauptdarstellern Tom Cruise, Simon Pegg und Rebecca Ferguson sowie von Regisseur Christopher McQuarrie. „Möglicherweise gibt es kurzfristig noch einen zusätzlichen Überraschungsgast“, hofft Marketingleiterin Steiner auf größtmögliche Publicity für Wien – und den offiziellen Kinostart am 06. August. Nur rund 1.000 Karten gibt es für die exklusive Vorführung in der Staatsoper. Zwei dieser unverkäuflichen Tickets konnte sich INFOSCREEN für ein Zuseher-Gewinnspiel sichern.

„Fortsetzung ist logischer Schritt“

Mit „Rogue Nation“ kommt bereits die vierte Fortsetzung des höchst erfolgreichen Agententhillers Mission: Impossible in die Kinos. Eine Fortsetzung erfährt auch die erfolgreiche Zusammenarbeit zwischen Paramount Pictures Austria, Universal Pictures Austria und INFOSCREEN. „Wir erleben immer wieder, dass die Partnerschaft mit INFOSCREEN eine enorme Resonanz erzeugt und die Menschen ins Kino treibt. Diese Partnerschaft fortzusetzen, ist daher ein logischer Schritt“, erklärt Barbara Steiner, die sowohl für Paramount Pictures als auch für Universal Pictures International Austria als Marketing Managerin agiert. Es sind vor allem zwei Faktoren, die Steiner am Fahrgast TV-Sender besonders schätzt. „INFOSCREEN hat genau dort eine enorme Reichweite, wo diese für uns besonders wertvoll ist: In den öffentlichen Verkehrsmitteln der urbanen Ballungszentren, mit denen viele Menschen in die Kinos kommen. Außerdem sind Sequenzen aus den Filmen die beste Werbung für uns. Diese Bewegtbilder aus Mission: Impossible - Rogue Nation kommen auf INFOSCREEN hervorragend zur Geltung.“

Faszination Bewegtbild in Szene setzen

Diese Faszination des bewegten Bildes ist auch das Leitmotiv der breit angelegten Rogue Nation-Kooperation auf INFOSCREEN. „Die rasanten Filmszenen aus der Wiener U-Bahn, sowie in und um die Oper spielen sowohl in den Werbespots als auch in der redaktionellen Berichterstattung zur Weltpremiere und zum Kinostart eine wesentliche Rolle“, bestätigt INFOSCREEN-Marketingleiterin Sheela Rapf. Dabei gibt es für die Zuseher nicht nur eine umfassende Berichterstattung sondern auch außergewöhnliche Gewinnchancen. So wird INFOSCREEN-Filmexperte Walter Gassner Hintergrundinformationen zum Film und den Dreharbeiten liefern, ein Countdown die Spannung bis zu Weltpremiere erhöhen und die Nachrichtenredaktion über den Spitzenevent in der Staatsoper sowie die anwesenden Weltstars berichten. Nicht gerade alltäglich sind auch die Gewinnspiele und das Location Based Advertising.

Breites Spektrum medialer Kompetenz

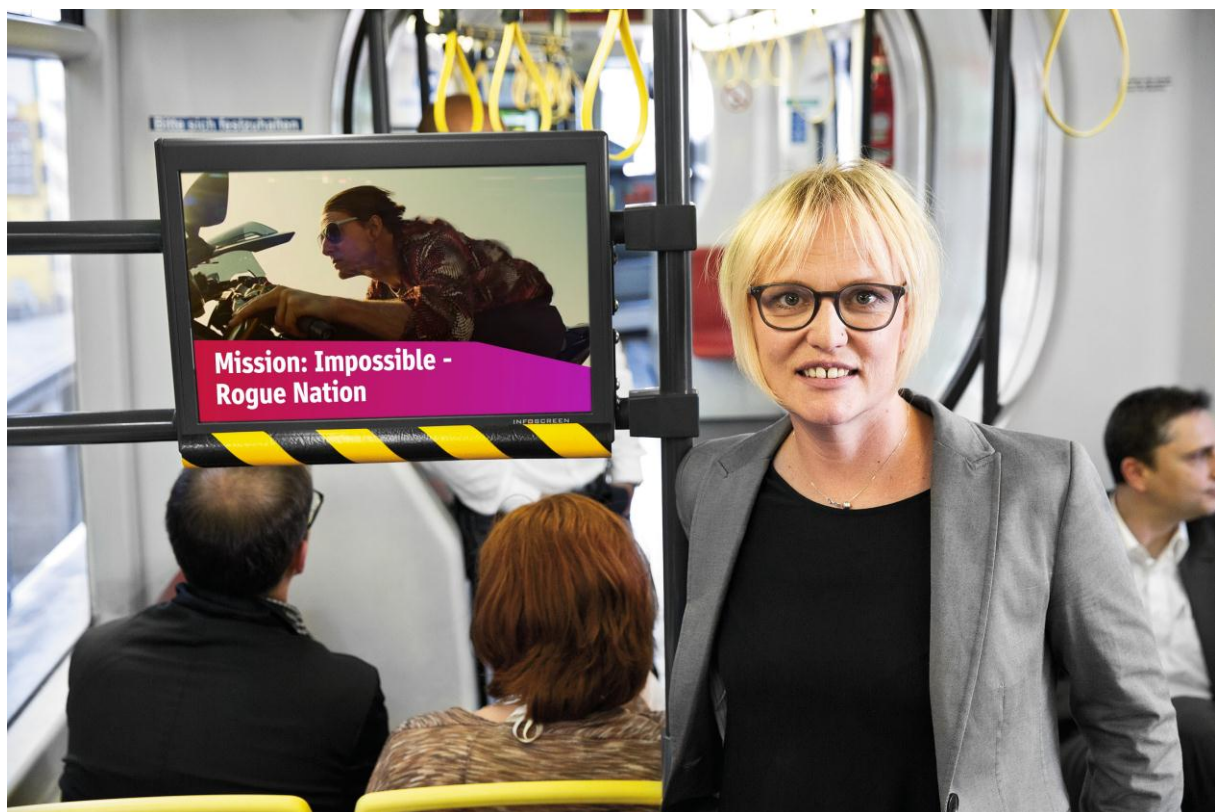
In den Straßenbahn-Linien 1, 2, 71 und D bringt INFOSCREEN wieder das bewährte „Location Based Advertising“ zum Einsatz. „In den Tagen vor der Weltpremiere werden die INFOSCREENs unmittelbar vor dem Halt in der Station „Kärntner Straße/Oper“ die Fahrgäste darauf hinweisen, dass dort die Weltpremiere von Rogue Nation stattfindet“, erklärt Sheela Rapf. „Dass wir unseren Fahrgästen für diesen einzigartigen Abend zwei Tickets anbieten können, macht die Aktion natürlich doppelt interessant“, freut sich Sheela Rapf über die einmalige Chance für die INFOSCREEN-Zuseher. Ausgespielt werden diese Karten über die INFOSCREEN-App. Für alle, die dabei leer ausgehen, hat der Fahrgast TV-Sender einen höchst attraktiven Trostpreis. „Am 05. August, also am Tag vor dem offiziellen Kinostart, stellen wir unseren Zusehern einen ganzen Kinosaal zur Verfügung. Wie man Tickets dafür gewinnen kann, verraten wir in den nächsten Tagen direkt auf INFOSCREEN und auf unserer App“, sagt Rapf.

Bilder:

Copyright: Wakolbinger/INFOSCREEN/Montage
Abdruck: honorarfrei

Bildtexte:

sheela_rapf.jpg: Sheela Rapf (INFOSCREEN)



PRESSEKONTAKT

Violeta Bajic

INFOSCREEN Austria
Gesellschaft für
Stadtinformationsanlagen GmbH
Hainburgerstraße 11
A-1030 Wien
T: +43 [0] 1 710 52 00-220
F: +43 [0] 1 710 52 00-71
E: <mailto:violeta.bajic@infoscreen.at>
<http://www.infoscreen.at>

Dr. Franz-Georg Lachner

Haslinger, Keck. PR
Schillerstraße 1
A-4020 Linz
T: +43 [732] 66 24 85-35
F: +43 [732] 66 24 35
E: fgl@haslinger-keck.at
<http://www.haslinger-keck.at>