



PIA BANDERINI UND RICARDO FERNANDEZ FÜR QUINNIE CINEMAS

Die Aufgabe.

Quinnie ist Betreiberin von 10 Berner Kinos mit den besten Studio-Filmen im Programm und einem guten Service. Im Anschluss an die Wiedereröffnung des umgebauten cineClub lädt Quinnie am 25. + 26. August zu den ersten Quinnie cineNights ein. Ein zweitägiger Kinomarathon mit aktuellen Filmen, jeder Menge Vorpremiere, Lieblingsfilmen und einem Themenprogramm für nur Fr. 5.- pro Vorstellung verspricht totales Kinovergnügen. Mit den Quinnie cineNights wollen die Quinnie Cinemas nebst höherer Bekanntheit und Goodwill auch allen BernerInnen die Gelegenheit geben, sich dem echten Kinovergnügen – in angenehmer Umgebung und vor grosser Leinwand – hinzugeben und zeigen, was alles im Erlebnis Kino steckt.

Ricardo Fernandez und Pia Banderini haben von Quinnie den Auftrag erhalten, ein tragfähiges Visual zu entwickeln, das für alle Werbemittel eingesetzt werden kann und die Quinnie-Welt zu vermitteln vermag.

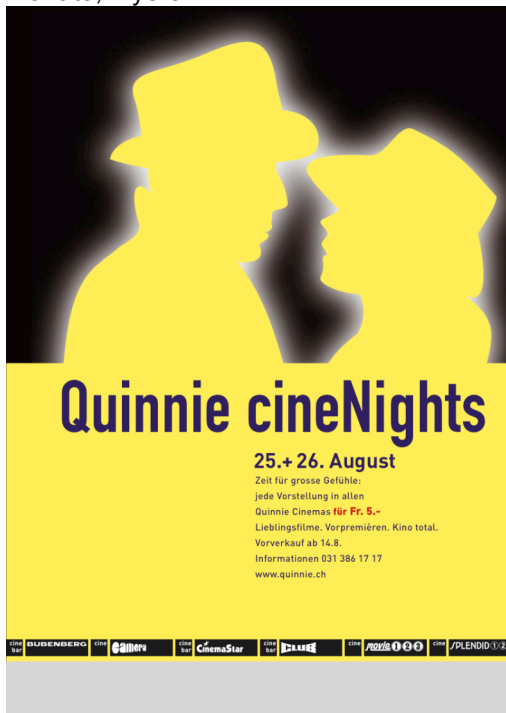
Die Lösung.

Für die Ankündigung der ersten Quinnie cineNights wollten Pia Banderini (Konzept/Beratung) und Ricardo Fernandez (Konzept/Text) mehr als eine Ankündigungswerbung machen. Mit der Dramatisierung der Welt des „echten Kinos“ wird auch ein Imagegewinn für Quinnie angestrebt. Das gewählte Sujet setzt die grossen Gefühle um, welche ein grosser Sreen mit einem guten Film auslöst.

Die Umsetzung.

Das Visual strahlt in den Quinnie Farben von allen Werbemitteln hinab: Plakate A2 und A3, Flyer A6, Programm-Flyer A6/5, Kinodia, Werbescreen und Newsletter. Für die Kooperation mit der Tageszeitung „der Bund“ entstand auch eine s/w-Inserateversion.

Plakate, Flyers:



Inserat:

