

# Kino on Demand – der VOD-Service von deinem Kino stellt sich vor.

## Digitale Auswertungsstrategien zur Stärkung des Kinos werden diskutiert

Gute Filme und Kino gehören zusammen, egal wo und wann sie geschaut werden. Das ist das Motto von KINO ON DEMAND, der Video on Demand-Plattform der Kölner Vertriebsfirma Rushlake Media (RLM). Ab sofort ist der Dienst auch die digitale Heimat für Filme der Internationalen Hofer Filmtage. Durch die Digitalisierung verändert sich der Filmmarkt rasant und tiefgreifend. Mit KINO ON DEMAND hat Rushlake Media eine Plattform geschaffen, die es Kinos erlaubt, sich stärker in diesem dynamischen Geschäft zu positionieren. KINO ON DEMAND ist dabei der einzige VOD-Dienst, über den Kinos auch online Filme ergänzend zu ihrem Kinoprogramm anbieten können. Gleichzeitig profitieren die Kinos: Denn über ein raffiniertes Incentive System erhalten Zuschauer, die auf KINO ON DEMAND Filme anschauen, Rabatte für den nächsten Kinobesuch. So entsteht eine spannende Wechsel-

wirkung, von der jeder Cineast und auch die Programmkinos sowie die Produzenten profitieren. KINO ON DEMAND ist mit seiner engen Bindung zu den deutschen Kinos eine attraktive Online-Heimat für Arthouse-Filme. Mit dem HoF - Home of Films Shop der Internationalen Hofer Filmtage auf KINO ON DEMAND (<http://hof.kino-on-demand.com>) bietet sich für Filmemacher die Möglichkeit über die Zeit der Filmtage hinaus, im Markt präsent zu sein und Zuschauer zu erreichen.

Philipp Hoffmann und Lena Werle von Rushlake Media stellen das System von KINO ON DEMAND vor und erläutern den neuen Shop der Internationalen Filmtage auf Ihrer Plattform.

Donnerstag 25.10. 11:00 Uhr  
Weiße Wand  
Akkreditierung erforderlich

Lena Werle  
Projekt Managerin



...ist seit November 2013 bei Rushlake Media. Im September 2011 hat sie begonnen für BROADVIEW TV zu arbeiten, einer Produktionsfirma für Dokumentarfilme, wo sie als Assistant Producer und Verkaufsassistentin tätig war. Während dieser Zeit hat sie an verschiedenen Filmproduktionen für ZDF, ARTE und WDR mitgewirkt. Ihr letztes Projekt war ‚Breath of freedom‘ (Atem der Freiheit), eine 90minütige Dokumentation in Koproduktion mit dem amerikanischen Sender Smithsonian. Im Jahr 2008 hat sie ein Praktikum bei der Weltverkaufsagentur ‚The Match Factory‘ beendet und im Anschluss für die Firma als Lieferungs- und Marketing Assistentin und ab 2010 als Marketing Manager gearbeitet.



Philipp Hoffmann  
Gründer/Managing Director  
der Rushlake Media GmbH

...berät und vertritt seit April 2011 Produktionsfirmen im Bereich des internationalen Verkaufs. Für den deutschsprachigen VOD Markt bietet er strategische Beratungen und kümmert sich um die online Verwertung für Rechteinhaber. Philipp leitet Seminare über Verkauf und Vertrieb sowie internationales Marketing. Von Oktober 2007 bis März 2011 war er als Kopf der Marketingabteilung für ‚The Match Factory‘ tätig. In dieser Zeit hat er das internationale Marketing und die Festivalpremierer für verschiedene erfolgreiche und preisgekrönte Filme überwacht, wie die Golden Globe Gewinner WALTZ WITH BASHIR und SOUL KITCHEN und die Academy Award nominierten AJAMI und DESERT FLOWER.