

Hotspot für Cineasten

Das Cineplexx Westfield SCS setzt neue Standards in der österreichischen Kinolandschaft.

WIEN/VÖSENDORF. Die Renovierung und Modernisierung des Cineplexx Westfield SCS ist in der finalen Phase, und am 21. Dezember wird das modernste Kino Österreichs eröffnet.

„Eingebettet in das vielfältigste Einkaufszentrum Österreichs, ist es Cineasten bald möglich, Kino wie noch nie zuvor zu erleben“, verspricht Lucas Langhammer, Mitglied der Cineplexx-Geschäftsleitung.

Das Cineplexx Westfield SCS bietet insgesamt elf Säle, darunter Premium-Säle, den mit modernster Technik ausgestatteten Imax-Saal sowie den weltweit ersten Unique Saal, in dem die Sitzreihen in U-Form frei-

stehend im Raum angeordnet sind, wodurch ein völlig neues Raumkonzept geboten wird. Der Unique Saal mit eigener Garderobe eignet sich – ebenso wie die Cineplexx-Suiten – auch für Firmenevents oder private Feiern.

Opening-Programm

Ab 19. Dezember können die Tickets für die ersten Vorstellungen online unter www.cineplexx.at sowie in der Cineplexx App gekauft werden, ab 21. Dezember dann auch direkt vor Ort.

Am 22. Dezember bringt Cineplexx den Coca-Cola Truck in die Westfield SCS. Um 17 Uhr fährt der berühmte Weihnachts-

Großes Kino

Lucas Langhammer (Cineplexx) und Verena Haller (Unibail-Rodamco-Westfield) freuen sich auf die Eröffnung des Cineplexx Westfield SCS am 21. Dezember.



© Robert Hanson

truck am Parkplatz bei Eingang 1 ein und sorgt somit an seiner finalen Station für festliche Stimmung.

„Der anlässlich unserer Eröffnung organisierte Spezialstopp des legendären Coca-Cola Weih-

nachtstrucks sorgt für einen zauberhaften Abend voller Spiel, Spaß und guter Laune – und lässt sich ideal mit einem Kinobesuch davor oder im Anschluss verbinden“, ergänzt Langhammer. (red)

Grund zum Feiern: World TV Day

Gastkommentar von Walter Zinggl, Sprecher von Screenforce Österreich.

Wenn im November der World TV Day von Broadcastern rund um den Globus zelebriert wird, bereitet das in vielfacher Hinsicht Freude. Bereits zum 27. Mal widmet sich die weltweite Kampagne einem gesellschaftsrelevanten Aspekt von Total Video.

In diesem Jahr stehen Inklusion, Barrierefreiheit und der demokratisierte Zugang zu hochwertigen Broadcaster-Inhalten im Vordergrund. In diesem Zusammenhang appelliert der World TV Day an Werbetreibende, die weitreichenden Möglichkeiten für barrierefreie Vermittlung von Inhalten zu nutzen, die TV bietet. Für viele Menschen mit körperlichen Einschränkungen oder Defiziten beim Lesen und Schreiben ist es der einfachste und oft auch einzige Weg zur Teilhabe an der Informationsgesellschaft. Aus Mediensicht ist der Bedeutungswandel dieses Tages ein Grund zur Freude, weil

er die enorme Entwicklung von Total Video ausdrückt.

Omnipräsente Angebote

Der Welttag des Fernsehens hat sich zum World Total Video Day entwickelt und bildet damit die Gesamtheit der Broadcaster-Angebote ab, die den Rahmen des klassischen Fernsehens bei Weitem überschreiten und Total Video-Angebote im Alltag der Menschen omnipräsent machen. Beispielsweise in den intensiv genutzten Sendermediatheken, im Connected TV oder auf non-linearen Abrufplattformen. Die stetig wachsende Vielfalt an Verbreitungswegen auf allen Devices sorgt dafür, dass Broadcaster Content die Menschen in allen Nutzungssituationen erreicht.

Die Beliebtheit von Broadcaster Content unterstreicht die aktuelle Bewegtbildstudie. 77% der Video-Nutzungsdauer in der Gesamtbe-



© leisure communications/Christian Jobst

Walter Zinggl (IP Österreich): Große Gestaltungsmöglichkeiten durch digitale Transformation.

völkerung entfallen auf die hochwertigen Angebote der Broadcaster auf allen Verbreitungswegen. Am Big Screen, wo die Werbewirkung wissenschaftlich erweisen am größten ist, entfallen acht von zehn Nutzungsminuten auf klas-

sisches Live TV. Inklusive Sendermediatheken und zeitversetztem Konsum sind es sogar neun von zehn Minuten, die Menschen am Big Screen mit den Inhalten der Broadcaster verbringen.

Dass die Zugänglichkeit der hochwertigen Broadcaster-Angebote nicht nur für Werbetreibenden einen enormen Vorteil bietet, sondern auch demokratiepolitisch unabdingbar ist, zeigt die neue entfachte Diskussion um Inhalte im Kurznachrichtendienst X. Dort entsteht für Marken ein zusehends gefährliches Umfeld, während Broadcaster auf allen Verbreitungswegen absolute Brand Safety garantieren können.

Feiern wir in diesem Sinn den World Total Video Day und damit den gesellschaftlichen sowie kommunikativen Mehrwert, den die Total Video-Angebote der Broadcaster zu jeder Zeit auf allen Devices bieten!