

## PRESSEINFORMATION

# Wagniskapital in Millionenhöhe pusht Kino-Startup

Würzburg, 12. Mai 2021

Die Cineamo GmbH aus Würzburg überzeugte im ersten Quartal 2021 eine norddeutsche Beteiligungsgesellschaft und erhielt Ende April eine erste Anschubfinanzierung in Höhe von 1,1 Mio. Euro. Durch Erhöhung des Stammkapitals erwarben die Investoren im Gegenzug 26% der Anteile. Mit einer Post-Money-Bewertung von rund 4,25 Mio. Euro kann das erst Mitte 2019 gegründete Startup finanziell langfristig planen und seinen Marktauftritt professionell weiterentwickeln.

Die integrative Branchenlösung eines umfassenden 360-Grad-Marketings zur Umsatzsteigerung und Kostensenkung für Kinos, Filmverleiher und Filmproduzenten durch Einbindung von Influencern und Kinogängern sorgte bei den Investoren, die sich selbst als Cineasten bezeichnen, für große Zustimmung. Die Begeisterung für die internationale Skalierbarkeit des Konzepts gab dann den Ausschlag für das Investment. Cineamo ist überzeugt, dass in einer Zeit stark veränderter Sehgewohnheiten audiovisueller Inhalte durch nicht-linearen Konsum die Kinobranche eine digitale Zukunftsperspektive mit individueller Kundenansprache braucht.

Mithilfe einer App-zu-Kino-Verbindung entwickelt das Würzburger Startup Lösungen für Kinobetreiber und Filmverleiher, die das Besuchermarketing von Kinos digital unterstützen. Filmfans können mit der kostenlosen Smartphone-App ‚Cineamo‘ in ihrem Lieblingskino Filmwünsche und andere Eventideen anfragen. Das Kino behält dabei die volle Kontrolle über sein Programm. Das Ziel ist, besucherschwache oder freie Terminslots mit Vorschlägen der Besucher (user-generated content) besser auszulasten. Die Demokratisierung und Individualisierung des Kinoprogramms zeigt bei den bereits bestehenden Partnerkinos zahlreiche positive Ergebnisse. Dabei nutzt Cineamo die Stärken der sozialen Medien, indem es sich als Bindeglied zwischen Kino und Filmfan anbietet. Filmideen und Events können mit der App auf allen Kanälen geteilt werden. Familien, Vereine, Firmen oder Freundeskreise machen auf diese Weise Kino nach Wunsch.



Erfolgreiche Plattform-Beispiele im Internet beweisen, dass ein integratives und innovatives Marketing nicht nur Werbeausgaben optimiert, sondern auch mittelfristig die Reichweite und Relevanz der eigenen Kinomarkte erhöht. Sichtbares Social Media-Marketing, Kundenbindung und das Schaffen von Anreizen sind die Stärken von Plattformangeboten. Darin sehen viele Kinobetreiber im Wettbewerbsumfeld von Streamingangeboten zukünftige Vorteile.

Mediatheken und Streamingdienste verändern das Sehverhalten und die Konsumgewohnheiten von Filmfans massiv. Gleichzeitig, so die FFA in ihrer Studie ‚Der Kinobesucher 2019‘ aus dem Jahr 2020 (neuere Zahlen aufgrund des Lockdowns in 2020 nicht verfügbar), sinken Reichweite und Relevanz von Kinos in der immer älter werdenden Bevölkerung seit Jahren. Kinos können sich mit Cineamo nun leichter für die Wünsche ihrer Kunden öffnen und sie an der Gestaltung des Kinoprogramms beteiligen, so die Newcomer. Durch die Einbeziehung und Kommunikation mit Kinobesuchern soll die Aufmerksamkeit für Filme im Kino gesteigert und das Besucherergebnis verbessert werden.

„Mit einem eigenen Kinobetrieb in der Familie diskutiert man permanent die Frage, was man tun kann, um Kino attraktiv, zeitgemäß, digital und erfolgreich zu machen“, so Stefan Farnschläder, der einst in eine Kinofamilie eingetraget hatte. Gemeinsam mit seinen beiden Mitgründern Philip Käfer und Kersten Neubert hat er das Angebot audio-visueller Medien und deren Nutzung genau untersucht. Seit Jahren ist der Trend der individuellen, nicht-linearen Mediennutzung ungebrochen. Die Kinos haben darauf bislang mit besserer Saal- und Soundausstattung reagiert. Cineamo soll zusätzlich eine digital-zeitgemäße Antwort für das Publikum der 20- bis 45-jährigen sein.

Kinosäle sind meist unterschiedlich stark ausgelastet. Von teilweise freien Slots an Vor- und Nachmittagen oder spätabends bis zu ausverkauften Sälen am Wochenende ist die Bandbreite sehr groß. Insgesamt weisen Kinos im Durchschnitt eine Gesamtauslastung von nur rund 15 Prozent auf. Da setzt Cineamo an und spricht mit umfangreichen digitalen Marketingtools Filmfans in ganz Deutschland an. Angefragt werden meist verpasste Filme oder Filmklassiker. Häufig steckt ein Geburtstag oder Gruppenerlebnis als Anlass hinter den Filmwünschen. Und für alle anderen bietet die App das aktuelle Kinoprogramm und zeigt die Filmideen Gleichgesinnter an.

Die Befürchtung, dass vor allem die ohnehin attraktiven Programmzeiten angefragt würden, erweist sich als unbegründet, so Cineamo. Die allermeisten Anfragen beziehen sich auf Nachmittage, Werkstage oder die sogenannte Spätschiene ab 22 Uhr. Nach Prüfung der Vorführrechte liegt die Entscheidung dann beim Kino. Nach der Freigabe wird die



Werbung des Kinos durch das Teilen der Event-Initiatoren und -Interessenten unterstützt. Durch die Verbreitung in Freundeskreisen und Gruppen steigen die Relevanz und Wahrnehmung der Werbebotschaft. Cineamo-Kinoevents verzeichnen nach den aktuellen Blockbustern die meisten Tagesbesucher, so die Auswertungen der ersten rund 1.000 Eventanfragen.

Dem Startup ist es wichtig, ein solides und faires Geschäftsmodell anzubieten. Die Smartphone-App ist für Kinokunden gratis. Provisionen auf Tickets bleiben ebenfalls tabu, der Erfolg gehört dem Kino ganz alleine. Eine monatliche Abogebühr in der Größenordnung eines Kleinwagenleasings sichert die Finanzierung des Konzepts.

Der Gründungszeitpunkt von Cineamo hätte – im Nachhinein – nicht ungünstiger sein können, um die Idee einer 360-Grad-Kinosoftware mit Smartphone-App zu verwirklichen. Gegründet Ende Mai 2019 nach einer mehrmonatigen Erprobungsphase, konnten rasch erste Kinos als Testkunden gewonnen werden. Doch bereits nach wenigen Monaten folgte das Software-Startup der gesamten Kinobranche in den Lockdown. „Im Rückblick vielleicht sogar ein Segen für uns als Startup“, so einer der drei Mitgründer, Stefan Farnschläder, der einst die Idee zu Cineamo hatte. Gemeinsam mit Philip Käfer und Kersten Neubert baute das Gründerteam mit viel Fleiß und Eigenmitteln ein Unternehmen auf, das für den Kinomarkt wie eine Mischung aus Netflix und Airbnb arbeitet. Der coronabedingte Stillstand bei den Kinos ermöglichte die Konzentration auf die Weiterentwicklung der Dienstleistungen und des Marketingkonzepts. Gleichzeitig konnten die Kosten im Zaum gehalten werden. „Die Reifephase der vergangenen Monate war für die Softwareentwicklung sehr wertvoll“, bestätigt daher Philip Käfer, der als Produktentwickler das digitale Herz von Cineamo verantwortet. Und Kersten Neubert, der die Marketingprojekte umsetzt, ergänzt, „dass diese Coronamonate einen ungeahnten Schub an Kreativität und wertvollen Kontakten hervorgebracht haben“.

#### **Über den INVESTOR – mit der Bitte um Diskretion:**

Es handelt sich bei dem Neugesellschafter der Cineamo GmbH um ein Family-Office, das in der Vergangenheit nicht als klassischer Business-Angel aufgetreten ist. Seinen Familien- und Firmennamen will es daher nicht in den Medien veröffentlichen und bittet um Diskretion. Das Investment kann gleichwohl durch die üblichen Recherchen bei Auskunftsteilen, Handelsregistern usw. überprüft werden. Die Cineamo GmbH kann das Investment durch Notarurkunde vom 19. April 2021 und Handelsregisterauszug auf Anfrage belegen.



### **Über Cineamo:**

Die Cineamo GmbH wurde im Mai 2019 gegründet, nachdem seit Anfang 2018 das Cineamo-Ideenkonzept verwirklicht und getestet wurde. Das Unternehmen bezeichnet sich selbst als Software- und Internetunternehmen. Entwickelt wurden bislang die Smartphone-App ‚Cineamo‘ für Android- und iOS-Geräte sowie eine Software-as-a-Service-Lösung für Kinobetriebe, genannt ‚Cineamo-Control‘. Das Gründerteam rund um Stefan Farnschläder, Philip Käfer und Kersten Neubert unterstützen neben einem Mitarbeiter für UI-/UX-Design und einer Designerin weitere Fachleute aus dem Bereich Marketing/Social Media und Kommunikation. Insgesamt besteht das Team zur Zeit aus 12 Mitarbeitern. Stefan Farnschläder hat Mitte der neunziger Jahre in eine Kinofamilie eingehiratet und fundiertes Wissen rund um das Kinogeschäft auch durch Beratung anderer Kinobetriebe aufgebaut. Cineamo erhält fachliche Unterstützung aus der kommunalen Gründerszene Würzburgs. Das Innovations- und Gründerzentrum Würzburg (IGZ) und das Zentrum für Digitale Innovationen Mainfranken (ZDI) fördern das Startup mit Rat und Tat. Die Hochschule für Angewandte Wissenschaften Würzburg (FHWS) hat im Rahmen von zwei Semesterprojekten im Wintersemester 2019/2020 zwei Studierendengruppen mit Entwicklungsaufgaben betraut. Seit dem Wintersemester 2020/2021 bietet Cineamo geeigneten Studierenden von Hochschulen hochwertige Praktikumsplätze an. Am 19. April 2021 wurde eine Kapitalerhöhung notariell beurkundet, die im Rahmen einer Wagniskapitalfinanzierung durch eine norddeutsche Beteiligungsgesellschaft, die nun 26% der Anteile an der Cineamo GmbH hält, vorgenommen wurde.

### **Kontakt Cineamo:**

Cineamo GmbH

Stefan Farnschläder (Gründer | Geschäftsführer)

[sf@cineamo.com](mailto:sf@cineamo.com), Telefon +49 156 7853 5209

[www.cineamo.com](http://www.cineamo.com)