

Wolff cinema groep  
STAGEVACATURE MARKETING & COMMUNICATIE

Wolff cinema groep is een landelijk opererende bioscoopketen met 10 vestigingen. Dit familiebedrijf werd ruim 65 jaar geleden opgericht door A.F. Wolff en is van oudsher gevestigd in Utrecht.

In totaal exploiteert Wolff 43 zalen door heel Nederland. De grootste vestiging van Wolff is CineStar Enschede, met 10 zalen en ruim 2700 stoelen. Samen met Minerva bioscopen heeft Wolff in 2006 MustSee Euroborg geopend met 10 zalen en 1888 stoelen. In Utrecht is Wolff cinema groep vertegenwoordigd met de Catharijne, City Movies en Camera Studio bioscopen. Naast de eigen vestigingen wordt er voor een aantal aangesloten bioscopen geprogrammeerd: de Bios in Drachten, De Kolk in Assen, Springhaver en het Louis Hartlooper Complex, beide in Utrecht. De programmering van Wolff varieert van *mainstream* tot *art*. Tot de meer *art* georiënteerde vestigingen behoren Images Groningen en City Movies Utrecht.

Klantgerichtheid en een breed filmaanbod zijn de twee pijlers van de Wolff bedrijfsfilosofie. De onderneming houdt zich jong door steeds weer in te spelen op de wensen van de consument op het gebied van service, comfort en filmaanbod. Wolff cinema groep stelt zichzelf tot doel om de belangrijkste uitgaanslocatie te worden door haar klanten filmbeleving, service en kwaliteit op een hoog niveau te bieden. Hierbij hoort vernieuwen en uitbreiden van het bioscooppark. Dit mondt uit in de ontwikkelingsplannen van Wolff cinema groep voor de bouw van een megabioscoop in Utrecht en in Halfweg en een multiplex in Leiden. In Groningen is in juli 2006, in samenwerking met Minerva Bioscopen, de nieuwste MustSee bioscoop geopend, MustSee Euroborg. In Delft werd begin 2006 de eerste MustSee bioscoop in gebruikgenomen. De volgende MustSee bioscoop zal eerste kwartaal 2007 in Tilburg de deuren openen.

WERKZAAMHEDEN STAGIAIR(E)

**1. Het initiëren en uitwerken van (lokale) promotionele activiteiten**

Door de stagiair worden publicitaire evenementen rondom films bedacht en na overleg met de marketing- en communicatiemanager opgestart. De activiteiten worden vervolgens van begin tot einde begeleid door de stagiair. Er worden contacten gelegd met lokale en regionale media en andere mogelijke partners om voornamelijk free publicity te genereren. Vormen hiervan zijn bijvoorbeeld het stimuleren van redactionele aandacht van de verscheidene media aan evenementen en films van de vestiging. Hiervoor kan worden geput uit de aanwezige bestanden van Wolff cinema groep. Mogelijk worden de promotionele werkzaamheden van de stagiair gericht op ondersteuning van één of enkele specifieke vestigingen.

**2. Verwerken en documenteren van promotionele activiteiten**

Alle activiteiten worden gedocumenteerd zodat herhaling van (soortgelijke) evenementen zeer eenvoudig is.

Verder wordt een evenementenkalender opgesteld en bijgehouden, dit is een overzicht van wat er zich lokaal en regionaal afspeelt en wat er gepland is. De kalender gaat om eigen acties en evenementen, acties en evenementen via de branche en regionale grote (culturele) acties en evenementen. De evenementkalender is een hulpmiddel om per vestiging acties en evenementen in te plannen.

**3. Ontwikkelen en bijhouden mediaplantje van de vestiging**

Samen met de vestigingsmanager(s) wordt een medialandschap opgetekend van de desbetreffende vestiging. Dit houdt in dat er een overzicht gemaakt wordt van alle aanwezige media. Dit medialandschap is een hulpmiddel om acties en evenementen te organiseren en onder de aandacht van het publiek te brengen. Lokale media blijken bijvoorbeeld ontvankelijk

VACATURE STAGIAIR

Wolff cinema groep | [www.bioswolff.nl](http://www.bioswolff.nl)

Oudegracht 154, Postbus 777, 3500 AT Utrecht, 030-850 2525

contactpersoon: Martijn Visscher, marketing- en communicatiemanager | [marketing@bioswolff.nl](mailto:marketing@bioswolff.nl)

te zijn voor het periodiek aanbieden van lezersactie's, waarbij een kortingsbon geplaatst wordt voor een evenement of actie.

Uitgangspunt: film is fun en aantrekkelijk en is een waardevolle aanvulling voor het medium. Door de stagiair wordt een overzicht gemaakt en bijgehouden van lokale en regionale (fysieke en niet fysieke) promotionele aanknopingspunten. Hiermee worden zowel media als promotionele partners (bijvoorbeeld andere leisure of retail) bedoeld. Deze partijen bieden kansen voor samenwerking.

#### **4. Ondersteunende -en receptiewerkzaamheden**

Onderdeel van de werkzaamheden verlenen van ondersteuning bij diverse marketingactiviteiten en ook receptietaken zoals telefoon aannemen, ontvangst van gasten, postdistributie (in- en extern).

#### **Duur, start en beëindiging**

Voor de lengte van de stage wordt bij voorkeur uitgegaan van minimaal drie tot zes maanden in een volledige *fte*, bij Wolff cinema groep is dat in principe een 39-urige werkweek). De start van de stage is in overleg te bepalen, er zijn geen vaste stageperiodes.

#### **Algemeen:**

Eigen initiatief, zelfstandigheid en samenwerking zijn sleutelwoorden in de organisatie. De stagiair wordt begeleid en beoordeeld door de marketing- en communicatiemanager. Van de stagiair wordt tevens periodieke aanwezigheid op een bioscoopvestiging verwacht, een studenten OV-jaarkaart is dan ook een pré. Stagevergoeding in overleg.

Sollicitatie inclusief CV kunnen worden gestuurd naar:

Wolff cinema groep

t.a.v. Martijn Visscher

Postbus 777

3500 AT UTRECHT

Of per e-mail naar [marketing@bioswolff.nl](mailto:marketing@bioswolff.nl)

