

## Filmmarketing 2.0

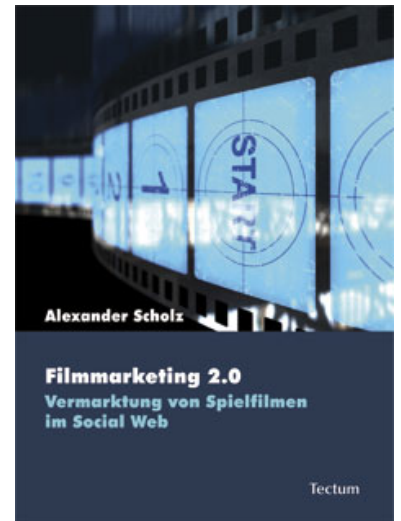
### Vermarktung von Spielfilmen im Social Web

Wissenschaftliche Beiträge aus dem Tectum Verlag: Medienwissenschaften, Band: 6

---

Für das Marketing und insbesondere für die erfolgreiche Vermarktung von Spielfilmen bietet das Web 2.0 bisher ungeahnte Chancen, aber auch Risiken. Durch die erweiterten Kommunikationsmöglichkeiten und neuen Rollenverteilungen im Social Web gewinnt das Internet gerade für die Filmindustrie zunehmend an Bedeutung, da sich die meist junge und internetaffine Zielgruppe hier am schnellsten und effektivsten erreichen lässt.

Alexander Scholz erläutert, wie sich die Potentiale des Web 2.0 für die Filmindustrie nutzen lassen: Nach einem allgemeinen Überblick über den aktuellen Spielfilmmarkt sowie einer Einführung in das Thema Filmmarketing werden die technologischen Grundlagen des Web 2.0 und dessen Möglichkeiten für das Spielfilmmarketing praxisnah analysiert. Neben interaktiven Mitmach-Elementen im modernen Marketing-Mix sind neue Vermarktungsformen wie Open Source Marketing, User Generated Advertising, Crowdsourcing oder In-Game Advertising im Focus. Zusätzlich werden die Potentiale von Viral-, Guerilla- und Buzz-Marketing, Blog-Promotion sowie virtuellen Welten und die einzelnen Instrumente des Web 2.0 – wie Weblogs, Communities, Podcasts oder Wikis – gezielt auf deren Eignung zur Initiierung von Mundpropaganda erörtert, da diese einen der wichtigsten Erfolgsfaktoren in der Filmindustrie darstellt. Nicht nur für Marketing-Studenten mit Interesse an der Filmindustrie, sondern für alle, die sich professionell mit dem Thema auseinandersetzen wollen, ist dieser Band bestens geeignet, um sich einen systematischen Überblick zu verschaffen.



ISBN: 978-3-8288-2078-4

209 Seiten, Paperback

Tectum Verlag 2009

**Preis 24,90 €**