



Filmmarketing

By Nico Viets

GRIN Verlag Nov 2008, 2008. sonst. Bücher. Book Condition: Neu. 210x148x6 mm. This item is printed on demand - Print on Demand Neuware - Studienarbeit aus dem Jahr 2008 im Fachbereich Medien / Kommunikation - Medienökonomie, -management, Note: 1,7, Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, 5 Quellen im Literaturverzeichnis, Sprache: Deutsch, Abstract: Jeder Film, sei es ein kleiner Arthaose-Film , oder ein Blockbuster , benötigt für seinen Erfolg eine Marketingstrategie. Sie ist entscheidend für den Erfolg eines Films an den Kinokassen und in den weiteren Auswertungsstufen wie z.B. dem DVD-Handel. Manchmal ist der Erfolg eines Films eher von der Qualität des Marketings abhängig als von der Qualität des Films an sich. Die Produktion von Filmen ist im Vergleich zu TV-Formaten wie z.B. Doku-Soaps oder Talkshows, eine teure Angelegenheit. Die durchschnittlichen Kosten für einen Hollywoodfilm betragen laut Jörg Winners derzeit ca. 60 Millionen US-Dollar. Dazu kommen in der Regel noch die Marketingkosten von ca. 30 Millionen US-Dollar. Diese Kosten beziehen sich allerdings nur auf das Marketing für den nationalen Bereich, wozu in diesem Fall die USA und Kanada zusammengerechnet werden. Wenn der Film auch international vermarktet werden soll, können noch mal 30 Millionen US-Dollar zusätzlich berechnen. So kommt man auf die durchschnittlichen...



READ ONLINE
[8.24 MB]

Reviews

Unquestionably, this is actually the greatest function by any author. I was able to comprehend every little thing using this created e ebook. Its been printed in an remarkably straightforward way which is merely following i finished reading this ebook in which in fact altered me, alter the way i think.

-- **Arianna Witting**

An exceptional book as well as the font used was exciting to read. It is actually rally intriguing throgh reading time. You will not sense monotony at anytime of the time (that's what catalogues are for about when you ask me).

-- **Crystel Hagenes**