

Anforderungen von Crossmedia-Kampagnen

Eine Untersuchung am Beispiel einer Casting-Show

„Nimm einfach deine Stimme und geh...“, „solche Sprüche kennt der RTL- Zuschauer von Jurymitglied Diether Bohlen aus der Sendung „Deutschland sucht den Superstar“ reichlich. Wie sich der Zuschauer dabei aber regelmäßig, fast beiläufig und unbemerkt, in einen Strudel zahlreicher crossmedialen Verflechtungen verfängt, wird nahezu von allen Bertelsmann-Mediapartnern hingegen gezielt verschwiegen. Dabei versucht jedes einzelne Mitglied der Produktfamilie sukzessive seine unterschiedlichen Produkt und Mediengattungen optimal auf das Interesse der Rezipienten zu kanalisieren um, im Idealfall, weitere neue, Multiplikations -effekte Sendung für Sendung zu generieren. Ein DsdS-Fan guckt demzufolge nicht nur die Sendung, stimmt telefonisch mit ab, liest die Zeitschrift, trinkt Cab, kauft sich CD` s & DVD` s und besucht diverse Konzerte, nein der Sender generiert neben sehr hohen Werbeerlösen auch die fortwährende Steigerung des Marktwertes von „DsdS“. Sendung für Sendung, Monat für Monat. Sehr zur großen Freude von RTL, weniger hilfreich dem eigentlichen Künstler auf der Bühne. Hinter diesem Erfolg stecken raffinierte Varianten unterschiedlicher Crossmedia Strategien, Multiplifyingeffekte ($1 + 1 = 3$) und der Aufbau von Partnerkonzepten die in dieser Arbeit kurz präsentiert und analysiert werden. Eine inhaltliche Integration über die Integrierbarkeit, Zielgruppenaffinität und redaktionellem Content & Involvement runden das theoretische Kapitel ab. In Zukunft wird sich der Begriff „Coopetition“ daher bezüglich Crossmedia weiterhin durchsetzen, da Medienunternehmen zwar zunehmend konkurrieren aber gleichzeitig sich mehr und mehr ergänzen und miteinander verschmelzen müssen. Ganz getreu dem Motto von Herrn Bohlen: Das war super. Super Schlecht.. Aber immer mit festen Blick in die Kamera.



38,00 €

35,51 € (zzgl. MwSt.)

Lieferfrist: bis zu 10 Tage

Artikelnummer: 9783836655057

Medium: Buch

ISBN: 978-3-8366-5505-7

Verlag: Diplomica Verlag

Erscheinungstermin: 27.02.2008

Sprache(n): Deutsch

Auflage: 1. Auflage 2008

Serie: Diplomica

Produktform: Kartoniert

Gewicht: 188 g

Seiten: 84

Format (B x H): 190 x 270 mm

