

Inhalt

Vorwort: Film als Ereignis – Strategien der Filmwerbung und Filmvermarktung	7
--	---

Countdown

Ein Mondraketenstart macht Schule	11
Der Countdown zum Kinostart	15
Historische Voraussetzung: Das Monopolverleih-System	20
Der lange Marsch zum «Wide Release» in Deutschland	23
Von 10 auf 1000 in 90 Jahren	23
Der Aufstand der «Nachspieler»	28
VHS: Ein neues Medium macht Druck	34
Eine Werbung spricht zu Millionen	36
Ein Geheimagent im Auftrag des globalen Massenstarts	47
Die Warteschlange	53

Informationspolitik

Der Spannungsbogen	65
Die Werbebotschaft als «News»	74
Mystifikationswerbung	83
Viraler Diskurs und Mund-zu-Mund-Werbung	88

Bigger than life

Zahlenspiele und Rekorde	95
Superlative	99
Außer der Norm: Inszenierungen im öffentlichen Raum	104

Filmpremiere	
Die Filmpremiere als Medienereignis	113
Live-Übertragungen und Simultan-Premieren	120
Die Filmpremiere als gesellschaftliches Ereignis	124
Die Ankunft der Filmstars	129
Die Filmpremiere als Fest	135
Die Inszenierung der Filmvermarktung	
Filmwerbung als Ereignis	143
Nachwort	149
Anhang	
Bibliografie	155
Abbildungsnachweise	161