

Vermarktung von Daily Soaps



Filesize: 5.37 MB

Reviews

*The best publication i actually study. I actually have study and so i am confident that i am going to likely to study once more yet again later on. You will not sense monotony at at any moment of your respective time (that's what catalogs are for relating to if you ask me).
(Ernest Bergnaum)*

VERMARKTUNG VON DAILY SOAPS



GRIN Verlag Nov 2009, 2009. Taschenbuch. Book Condition: Neu. 210x150x2 mm. This item is printed on demand - Print on Demand Neuware - Studienarbeit aus dem Jahr 2009 im Fachbereich Medien / Kommunikation - Film und Fernsehen, einseitig bedruckt, Note: 1,3, Macromedia Fachhochschule der Medien Stuttgart, Sprache: Deutsch, Abstract: Fernsehserien bzw. Daily Soaps haben bereits seit geraumer Zeit ihren festen Platz im Fernsehprogramm deutscher TV-Sender und werden umfassend vermarktet. Wie die meisten anderen Medienprodukte werden die TV-Serien auf zwei Märkten angeboten: dem Rezipienten- und dem Werbemarkt. Primär konzentriert sich das strategische Handeln der Medienunternehmen auf den Werbemarkt, da dort die Produkte vollkommen marktfähig sind, während dies im Rezipientenmarkt aufgrund der unzureichenden Ausschlussmöglichkeit vom Konsum nur begrenzt der Fall ist. Da die Rezipienten die Zielgruppe der Werbetreibenden darstellen, können diese bei der Konzipierung einer Daily Soap jedoch nicht vollkommen außer Acht gelassen werden. Der Erfolg der Serie auf dem Rezipientenmarkt ist also notwendige Voraussetzung für den Erfolg auf dem Werbemarkt. Dabei stellt die Zuschauergewinnung und Bindung nicht zuletzt aufgrund der weitgehenden Sättigung des Marktes in Bezug auf Serienprogramme eine große Herausforderung für Sender und Produzenten dar. Die strategische Ausrichtung der Konzeption auf den Rezipientenmarkt gewinnt daher zunehmend an Bedeutung. Die Rahmenbedingungen für die Vermarktung von TV-Formaten wie Daily Soaps haben sich aufgrund neuer Technologien und verändertem Mediennutzungsverhalten vor allem bei Jugendlichen verändert. 14- bis 19-Jährige, die Hauptzielgruppe deutscher Daily Soaps, verbringen mit 120 Minuten täglich mehr Zeit im Netz als mit fernsehen (100 Minuten), so die Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2008. Dabei ist das Interesse an multimedialen Inhalten im Netz in den letzten Jahren stark angestiegen. 92 Prozent der Jugendlichen schauen Videos und Fernsehsendungen live oder zeitversetzt im Netz. Ziel dieser Arbeit ist es, zu untersuchen, wie sich die Veränderungen auf die Vermarktung von Serienprodukten auswirken und welchen neuen Möglichkeiten dadurch entstehen....



[Read Vermarktung von Daily Soaps Online](#)

[Download PDF Vermarktung von Daily Soaps](#)

Other PDFs

**In Nature s Realm, Op.91 / B.168: Study Score**

Petrucci Library Press, United States, 2015. Paperback. Book Condition: New. 244 x 170 mm. Language: English . Brand New Book ***** Print on Demand *****.Composed in 1891, V P irod (In Nature s Realm) is...

[Read Book »](#)

**A Hero s Song, Op. 111 / B. 199: Study Score**

Petrucci Library Press, United States, 2013. Paperback. Book Condition: New. 577 x 401 mm. Language: English . Brand New Book ***** Print on Demand *****.Composed between August 4 and October 25 of 1897, A Hero...

[Read Book »](#)

**Super Babies on the Move Mias Nap Time Maxs Bath Time by Salina Yoon 2009 Hardcover**

Book Condition: Brand New. Book Condition: Brand New.

[Read Book »](#)

**Baby Faces by Margaret Miller 2009 Board Book**

Book Condition: Brand New. Book Condition: Brand New.

[Read Book »](#)

**Everything Ser The Everything Green Baby Book From Pregnancy to Babys First Year An Easy and Affordable Guide to Help Moms Care for Their Baby And for the Earth by Jenn Savedge 2009 Paperback**

Book Condition: Brand New. Book Condition: Brand New.

[Read Book »](#)