

Film 2.0

Jeder Spielfilm ist eine Marke. Der Aufbau innerhalb von drei Monaten vor Filmstart wird zunehmend schwieriger. Mit 2.500 bis 5.000 rezipierten Werbebotschaften am Tag sind wir einem Informations-Overflow unterlegen. Werbung wird zur Gewohnheit oder gar komplett ausgeblendet. 78 % der Konsumenten vertrauen auf die Empfehlungen anderer Konsumenten, laut der Studie „Trust in Advertising“ von NIELSEN. Im Social Web können nun Empfehlungen zwischen Menschen oder ganzen Netzwerken sichtbar gemacht werden.

Thema des Vortrags

Der Vortrag beschäftigt sich mit der Frage, wie gezielt Weiterempfehlen für eine Filmproduktion gewonnen und an die Marke gebunden werden können.

Die Zuhörer erhalten einen kurzen Abriss über den Wandel des Dorfmarktplatzes zum globalen, digitalen Marktplatz und lernen die Prinzipien von Mundpropaganda und viralen Marketing kennen.

Es werden Fallbeispiele aus der Filmbranche zu folgenden Marketing 2.0 Themen vorgestellt:

- Open Source Advertising (Shooter, Disturbia)
- Crowdsourcing (A swarm of Angels)
- Open Pricing (VEB Leipzig)
- User Generated Advertising (Snakes on a plane)
- Live Making-of (Hallam Foe)
- Virales Marketing (Meet the Spartans)

An Hand der eigenen Film 2.0 Produktion "Filmtrip.de" werden Erfahrungen, Gefahren und Potentiale einer solchen Vermarktung aufgezeigt.

Zur Person



Tino Kreßner hat sein Medientechnik-Studium mit einer umfangreichen Arbeit zum Thema „Marketing 2.0“ abgeschlossen und studiert jetzt Master für Information & Communication Science. Während seines Studiums hat er sich bei diversen Kurzfilmproduktionen am Set zum Produzenten hochgearbeitet und gilt mit Filmtrip.de als Film 2.0-Pionier in Deutschland. Seit nunmehr neun Jahren konzeptioniert und realisiert er Webauftritte und -plattformen. Als Gründer und Geschäftsführer der Web & Video Kommunikationsagentur Hivex und der Werbeagentur >medien ist er spezialisiert auf die Kommunikation im Social Web.

Kontakt: tino@weandx.de, 0178 4233363, www.weandx.de