Objekttyp: **FrontMatter**

Zeitschrift: **Zoom : Zeitschrift für Film**

Band (Jahr): **51 (1999)**

Heft 6-7

PDF erstellt am: **29.05.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

TITEL

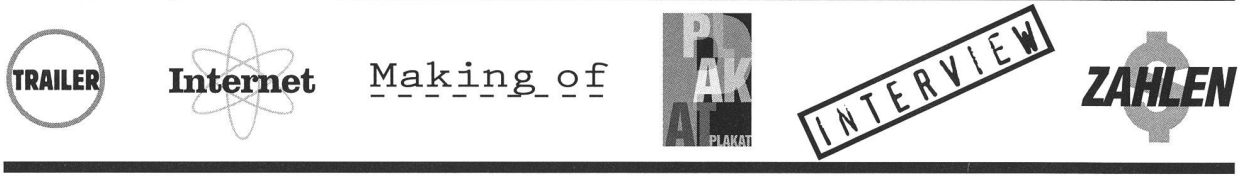
KINOWERBUNG

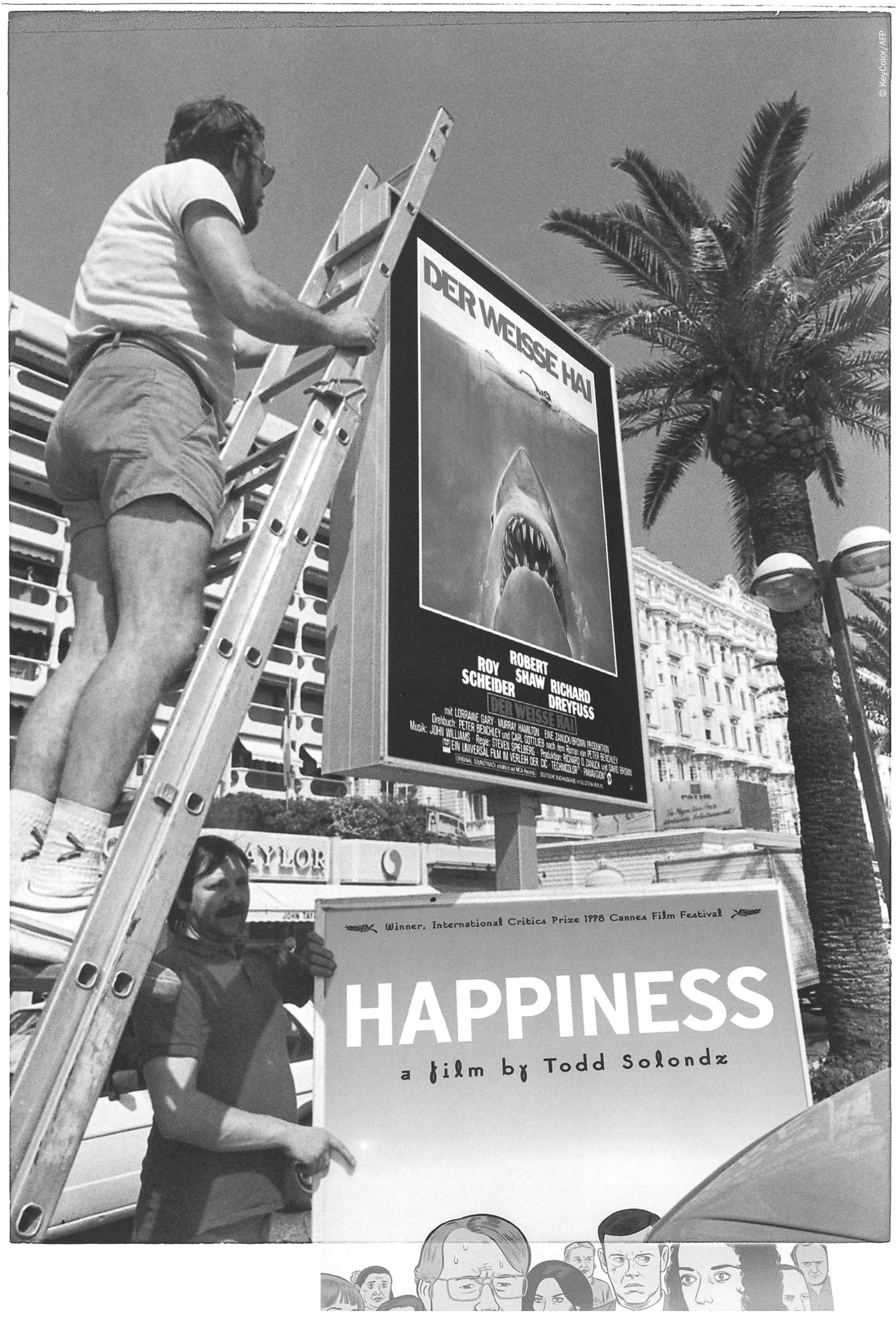
APPETITANREGER ODER SPIELVERDERBER?

TRAILER UND ANDERE FORMEN DER FILMPROMOTION

Plakate, Flugblätter, Homepages, Trailer:
Mit diesen und anderen Werbemitteln
versuchen die Verleiher, ein potenzielles Kinopublikum
auf neue Produktionen aufmerksam zu machen,
damit es in möglichst grosser Zahl in die Säle
ströme und die Kassen fülle.

ZOOM beleuchtet die Funktion der
wichtigsten Werbeträger, befasst sich mit Zahlen
aus Hollywood und hat nachgefragt,
wie ein Schweizer Produzent und ein Verleiher
für ihre Filme werben.





© Key Color/AFP