HOCHSCHULE
MITTWEIDA
UNIVERSITY OF
APPLIED SCIENCES

BACHELORARBEIT

Frau
Fabienne Herion

Eventmanagement in der Film- und Musikindustrie

Entwicklungspotenziale bei Preisverleihungen an den Beispielen Oscars und MTV Video Music Award

2018

Fakultät Medien

BACHELORARBEIT

Eventmanagement in der Film- und Musikindustrie

Entwicklungspotenziale bei Preisverleihungen an den Beispielen Oscars und MTV Video Music Award

Autorin:
Frau Fabienne Herion

Studiengang:
Business Management

Seminargruppe:
BM15wT3-B

Erstprüfer:
Herr Prof. Dr. Volker Kreyher

Zweitprüfer:
Frau Patrizia Nootny, MBA

Faculty of Media

BACHELOR THESIS

Event management in the film and music industry

Development potential of award ceremonies using the example of Oscars and MTV Video Music Awards

author:
Mrs. Fabienne Herion

course of studies:
Business Management

seminar group:
BM15wT3-B

first examiner:
Mr. Prof. Dr. Volker Kreyher

second examiner:
Mrs. Patrizia Nootny, MBA

Bibliografische Angaben

Nachname, Vorname
Herion, Fabienne

Thema der Bachelorarbeit
Eventmanagement in der Film- und Musikindustrie – Entwicklungspotenziale bei Preisverleihungen an den Beispielen Oscars und MTV Video Music Award

Topic of thesis
Event management in the film and music industry – Development potential of award ceremo-nies using the example of Oscars and MTV Video Music Awards

63 Seiten, Hochschule Mittweida, University of Applied Sciences,
Fakultät Medien, Bachelorarbeit, 2018

Abstract

Diese Arbeit beschäftigt sich mit der Eventform der Preisverleihung in der Film- und Musikindustrie an den Beispielen der MTV Video Music Awards und den Oscars. Es werden sowohl die Film-, als auch die Musikindustrie vorgestellt und der Einfluss dieser auf die breite Öffentlichkeit betrachtet. Die Aufgabe des Eventmanagements wird näher beleuchtet und die Entwicklungen in diesem Bereich analysiert. Die gewählten Fallbeispiele werden vorgestellt und auf die Skandale in den unterschiedlichen Branchen und deren Wichtigkeit beziehungsweise Schaden näher eingegangen. Basierend auf verschiedenen Faktoren wird analysiert, ob bei diesen Events Optimierungspotenziale bestehen und inwiefern diese realisierbar erscheinen.

This paper deals with the event form of award shows in the film and music industry using the examples of the MTV Video Music Awards and the Oscars. The film and music industry are to be analyzed which will also show the influence of these branches on the public. The job of event management and the development in this branch are to be explained. Furthermore, the chosen case studies are introduced. Based on several different factors an analysis is performed to see whether there is room for improvement and how realistic the identified improvements are for the chosen events.

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis ..... ***VI***

1 Einleitung ***1***

2 Filmindustrie ***2***

2.1 Definition 2

2.2 Einfluss der Filmindustrie auf die Gesellschaft 5

3 Musikindustrie ***8***

3.1 Definition 8

3.2 Einfluss der Musikindustrie auf die Gesellschaft 10

4 Eventmanagement ***13***

4.1 Definition 13

4.2 Projektmanagement 15

4.3 Erlebnismarketing und Eventmarketing 17

4.4 Trends 19

5 Events in der Film- und Musikindustrie ***21***

5.1 Awards 21

5.2 Skandale in der Filmindustrie 27

5.3 Skandale in der Musikindustrie 28

6 Analyse von Optimierungspotenzialen ***29***

6.1 Location 29

6.2 Bühnenbild 31

6.3 Sicherheit 32

6.4 Seatfiller 33

6.5 Vermarktung 35

6.6 Kosten 41

7 Fazit ***46***

Literaturverzeichnis ..... ***XI***

Eigenständigkeitserklärung ..... ***XI***

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Umsatzentwicklung der deutschen Musikindustrie 1984-2015 9
Abbildung 2: Umsatzanteile der größten Musikmärkte weltweit im Jahr 2013 10
Abbildung 3: Einflüsse von Musik auf das menschliche Gehirn 12
Abbildung 4: Hauptbestandteile des Event Management 15
Abbildung 5: Academy Award Statue 23
Abbildung 6: MTV VMA Moon Man Statue 25
Abbildung 7: MTV EMA Statue 26
Abbildung 8: Location des Dolby Theatre am Hollywood Boulevard 30
Abbildung 9: Radio City Music Hall.....31
Abbildung 10: Location der Radio City Music Hall in Manhattan 31
Abbildung 11: Eventübersicht der Academy of Motion Picture Arts and Sciences 36
Abbildung 12: Das Academy Museum in Los Angeles.....37
Abbildung 13: Zuschauerzahlen der Oscar-Übertragung 2008-2018 39
Abbildung 14: Wichtigste Kosten der Oscar-Verleihung 2012.....42

1 Einleitung

In dieser Arbeit wird sich damit beschäftigt, wie die Entwicklungspotenziale von Preisverleihungen für die Zukunft aussehen. Dabei wird näher auf die gewählten Fallbeispiele der Academy Awards beziehungsweise den Oscars und den vom Fernsehsender MTV veranstalteten Video Music Awards eingegangen. Diese Preisverleihungen beschäftigen sich mit unterschiedlichen Bereichen der Entertainmentbranche und dienen daher als gute Beispiele bezüglich der unterschiedlichen Größe und des unterschiedlichen Bekanntheitsgrades. Dabei werden verschiedene Bereiche der Organisation näher betrachtet, bei denen Optimierungspotenziale bestehen könnten.

Die Verfasserin dieser Arbeit stellt sich die Frage, ob Events dieser Größenordnung, vor allem die Oscars, die schon seit vielen Jahren ein hoch angesehenes Event in diesem Bereich darstellen, wirklich allumfassend optimiert agieren oder ob auch bei dieser Preisverleihung noch Verbesserungsmöglichkeiten bestehen könnten. Bei den Oscars handelt es sich noch um ein sehr skandalfreies Event, wohingegen die MTV Video Music Awards schon seit vielen Jahren gezeichnet sind von Skandalen und eigentlich schlechter Publicity, allerdings wurde bei diesem Event oft der Vorwurf laut, dass es sich dabei um absichtlich auftretende Skandale handelte. Dies wird ebenso näher beleuchtet wie auch die Tatsache, dass es sich um ein recht neues und ein sehr alteingesessenes Event handelt und welches letzten Endes wo welche Schwächen aufweist, die möglicherweise verbessert werden können.

Zunächst werden die Grundlagen aus der Filmindustrie, der Musikindustrie und dem Eventmanagement näher erläutert. Dabei wird zunächst auf die unterschiedlichen Gegebenheiten in der Film- und Musikindustrie eingegangen, wie sich diese Branchen auf die allgemeine Öffentlichkeit auswirken und wie diese Einfluss auf Menschen nehmen. Schließlich werden auch das allgemeine Skandalthema und der oft dahinterstehende Marketingaspekt näher aufgegriffen. Im Komplex Eventmanagement werden das damit eng verknüpfte Projektmanagement und das Erlebnismarketing beziehungsweise Eventmanagement vorgestellt sowie die sich entwickelnden Trends.

Im anschließenden Kapitel werden zunächst die beiden Fallbeispiele vorgestellt und schlussendlich wird anhand von Planung, Organisation, Kosten und Vermarktung näher beschrieben, wo Optimierungspotenziale entstehen und wie diese optimal genutzt werden können.

2 Filmindustrie

Im Folgenden wird die Entstehung der Filmindustrie näher beleuchtet. Außerdem wird näher auf die verschiedenen Akteure der Branche und ihre Wichtigkeit für das Endprodukt eingegangen. Betrachtet werden außerdem die Fördermaßnahmen, die in der Filmwirtschaft eine wichtige Rolle spielen, sowie der Einfluss von Studios auf die gesamte Industrie.

2.1 Definition

Der erste Spielfilm wurde 1906 in Australien produziert und hatte eine Spielzeit von etwa acht Minuten. Danach begannen auch andere Ländern weitere Spielfilme zu drehen.[1] Ab etwa 1910 war die Filmindustrie endgültig bekannt geworden. Viele amerikanische Produktionsfirmen verlagerten zu dieser Zeit ihre Örtlichkeiten von New York und New Jersey nach Kalifornien, weil dort oftmals besseres Wetter herrschte, es länger am Tag hell blieb und die weitläufige Natur ein perfekter Ort zum Drehen war. Zwar gab es zu dieser Zeit bereits elektrisches Licht, jedoch reichte dieses damals noch nicht gänzlich aus, um das Kamerateam beim Dreh ausreichend zu unterstützen, weswegen vorzugsweise immer noch auf das natürliche Sonnenlicht zurückgegriffen wurde. Das kalifornische Hollywood stellt den ältesten festen Bestandteil der Filmindustrie dar und wurde etwa vor 120 Jahren gegründet. Laut Aufzeichnungen wurde eine Ausstellung von den ersten projizierten Kurzfilmen bereits 1894 in den Vereinigten Staaten von Amerika veranstaltet. Das allererste Filmstudio in der Hollywood Region wurde 1911 gegründet. Schnell wurde die Region Hollywood so stark mit der gesamten Industrie in Verbindung gebracht, dass sich einbürgerte, dass mit der Verwendung dieses Begriffes automatisch von der gesamten Filmindustrie die Rede war.[2]

Unter den Begriffen Filmwirtschaft beziehungsweise Filmindustrie versteht man heutzutage jene Teile der globalen Wirtschaft, die sich mit der Produktion und Verbreitung von Filmen beschäftigen. Dazu zählen nicht nur Kinofilme, sondern auch Fernsehproduktionen und andere Filmprojekte. Für die Realisierung eines erfolgreichen Filmpro-

[1] (Filmsite, 2018)
[2] (History, 2018)

jektes sind zahlreiche Akteure nötig.[3] Nicht nur die großen und bekannten Studios wie beispielsweise Warner Bros. Entertainment, welche in der heutigen Zeit viel mehr als Publisher und nicht mehr hauptsächlich als aktive Kraft hinter einem Film stehen, sind für eine gewinnversprechende Produktion wichtig. Gerade kleinere Studios, die noch mehr als Produzenten fungieren, erlangen immer mehr an Wichtigkeit in der Szene. Außerdem spielt auch die im Folgenden vorgestellte Independent-Szene eine zunehmende Bedeutung für die Industrie. Weiterhin sind auch Dienstleistungsträger und andere Gewerbe nicht außer Acht zu lassen.[4]

Major-Studios

Unter einem Major-Studio versteht man ein Filmstudio, welches jährlich eine Vielzahl an Filmen veröffentlicht und einen maßgeblichen Anteil an verkauften Tickets an den Kinokassen innehält. In Amerika haben diese Major-Studios einen durchschnittlichen Anteil an allen Ticketverkaufsstellen von ungefähr 80 bis 85%.[5] Die Momentanten „Big Six“ Major-Studios sind alle in und um Los Angeles angesiedelt und waren auch bereits in den 1930er und 1940er Jahren aktiv – dem goldenen Zeitalter Hollywoods. Im Folgenden werden alle aktuellen Mitglieder der „Big Six“-Gruppe mit zugehörigem Mutterkonzern aufgelistet[6]:

- Walt Disney Studios (The Walt Disney Company)
- Warner Bros. Entertainment (Time Warner)
- NBCUniversal (Comcast)
- Fox Entertainment Group (21st Century Fox)
- Sony Pictures Motion Picture Group (Sony)
- Viacom (National Amusements)

[3] (Arnold, 2017)
[4] (Levy, 2001)
[5] (Epstein, 2006)
[6] (Bettig & Hall, 2012)

Mini-Major-Studios

Unter den Mini-Major-Studios versteht man alle Studios, die zwar kleiner als die “Big Six” sind, jedoch ebenfalls eine beachtliche Größe erreicht haben und somit unmittelbar mit den Major-Studios konkurrieren, da das gesteckte Ziel der Mini-Major-Studios darstellt, irgendwann Teil der Major-Studios und somit der „Big Six“ zu werden. Hierzu zählt man aktuell[7]:

- Lions Gate Motion Picture Group (Lions Gate Entertainment Corporation)
- STX Entertainment
- Global Road Entertainment (Tang Media Partners)
- CBS Corporation (National Amusements)
- MGM Holdings

Independent-Produktion

Filmproduktionen, die nicht von großen Studios, also außerhalb der üblichen Muster von Major-Studios und Mini-Major-Studios gedreht werden, bezeichnet man als Independent-Film oder auch als Indie-Produktion. Das bedeutet, dass diese Filme unabhängig von großen Studios produziert werden. Vor den frühen 1920er Jahren handelte es sich dabei auch um die einzige Definition in Hinblick auf das amerikanische System. Heute steht der Begriff Indie eher für eine Art Phänomen auf der ganzen Welt. Filme, die oftmals von kleinen Teams mit wenig Budget produziert werden, gewinnen immer mehr an Einfluss, da sich Menschen heute zunehmend mit derartigen Produktionen verbinden.

Oftmals werden in Indie-Produktionen auch Themen angesprochen, die in größeren Studios aufgrund unterschiedlicher Faktoren oftmals keine Bedeutung haben. In der heutigen Zeit können die Vorhaben von Indie-Produzenten auch vor allem über sogenannte Crowdfunding-Plattformen abgedeckt werden. Auf diesen Plattformen können Produzenten ihr Projekt ausführlich vorstellen und die Menschen so animieren, ihre

[7] (Sierra, 2013)

Idee finanziell zu unterstützen. Vor allem auf Filmfestspielen wie beispielsweise in Cannes finden derartige Produktionen ihre Bühne. Im Bereich der Independent-Filme finden sich vor allem Kurzfilme wieder.[8]

Externe Agenturen

Unabhängig davon, ob es sich bei der Filmproduktion um ein Projekt eines Major-Studios, eines Mini-Major-Studios oder eines Indie-Teams handelt, werden weitere Dienstleistungen benötigt, die oft eingekauft werden. Es müssen technische Produktionsfirmen angeheuert werden, die sich um Audio und Video Effekte kümmern, sowie Castingagenturen, die für die Akquisition von den passenden Talenten für das geplante Filmprojekt zuständig sind. Des Weiteren muss dafür gesorgt sein, dass für die Dreharbeiten die passende Location ausgewählt wurde. Dazu werden erfahrene Location-Scouts benötigt, die in der Regel direkt vor Ort oder ebenfalls über eine Agentur gesucht werden. Auch darf die Kooperation mit einer PR-Agentur nicht außer Acht gelassen werden, damit die Produktion auch gebürtig und planmäßig vermarktet wird.[9]

2.2 Einfluss der Filmindustrie auf die Gesellschaft

Betrachtet man die Filmindustrie einmal näher im Detail, lässt sich schnell feststellen, dass es sich bei einem Film nicht nur um ein reines Unterhaltungsmedium handelt. Mit Filmen soll in den meisten Fällen auch eine Botschaft vermittelt werden, die die Zuschauer in eine bestimmte Richtung lenken soll. Kurzgesagt handelt es sich bei einem Film um ein Massenmedium, dessen Einflussgrad nicht zu unterschätzen ist.[10]

Filme können dabei nicht nur für eigene Zwecke oder Marketingaspekte der Produktionsfirma benutzt werden sondern auch, um die Zuschauer zu bilden. Das gilt nicht nur für beispielsweise Dokumentationsfilme, sondern auch für Filme, die zum Beispiel über historische Ereignisse berichten und somit Generationen, welche das Ereignis nicht selbst miterlebt haben, aufklären sollen. Filme, die beispielsweise über soziale Miss-

[8] (Thompson, 2007)
[9] (Leon, 2013)
[10] (Edictive, 2018)

stände informieren, sind ebenfalls immer stärker im Kommen, allerdings besteht hierbei oft die Gefahr, dass der Zuschauer alles, was in solchen Produktionen gezeigt und offengelegt wird, für die reine Wahrheit hält. In vielen Fällen sind derartig informative Filme jedoch mit Vorsicht zu genießen, da sich Menschen, die sich vor dem Anschauen eines solchen Films in den wenigsten Fällen bereits mit diesem Thema beschäftigt haben und so schnell Vorurteile oder Meinungen über ein Thema bilden, worüber sie eigentlich noch viel zu wenig wissen. Dazu kommt auch das Problem, dass viele Filme, die auf wahren Gegebenheiten beruhen, Zuschauer nicht nur belehren, sondern auch unterhalten sollen und hierdurch oft mit historisch nicht akkuraten Ereignissen ausgeschmückt werden.

Gerade bei großen Produktionen, die eine große Zielgruppe versprechen, werden Firmen immer hellhöriger bei dem Thema „Product placement“. Über die Jahre wurde immer offensichtlicher, wie stark der Einfluss von Filmen sein kann, wenn der Titelheld der Produktion – manchmal auffälliger, manchmal weniger – Produkte eines namhaften Herstellers verwendet. Dies führt sehr oft dazu, dass der Zuschauer nach dem Film sich eben jenes Produkt kaufen geht, da seine Ikone den Anschein macht, dieses Produkt privat ebenfalls regelmäßig zu konsumieren. Der Zuschauer fühlt sich auf diesem Weg mit seinem Lieblingsschauspieler verbunden und die Firma hinter dem Produkt profitiert von einem höheren Umsatz, der nach der Veröffentlichung des Films zu erwarten ist.[11]

Durch Filme kann jedoch gleichzeitig auch die Fantasie vor allem von jüngeren Menschen gefördert und bewahrt werden. Außerdem können Filme ein Ratgeber sein, an dem sich Menschen orientieren können, um eigene Entscheidungen in ihrem Leben zu treffen. Beispiele hierfür sind zahlreiche Jugendfilme. Dabei vermittelt ein Film in der Regel eine klare Meinung beziehungsweise einen klaren Standpunkt, dem der Zuschauer dann entweder zustimmt oder ihn gänzlich ablehnt.[12]

Neben den positiven Effekten, die Filme auf ihre Zuschauer haben können gilt es natürlich auch, die negativen Einflüsse näher zu betrachten. Dazu gehört beispielsweise,

[11] (Mbe, 2011)
[12] (Brownell, 2014)

dass vor allem Gewalt und Sexualität in immer mehr Produktionen thematisiert werden. Waren es bis vor wenigen Jahren gerade noch die USA, die sich bei Jugendschutz und Gewaltdarstellung sehr engagiert und zurückgehalten hatte, nimmt vor allem dort die Darstellung von Brutalität kontinuierlich zu. Filmemacher nutzen übermäßige Gewalt oftmals dazu, um den Zuschauer zu schockieren.

Immer mehr Kritiker sind jedoch der Ansicht, dass diese Entwicklung sehr viele negative Aspekte fördert. Dazu gehört, dass vor allem Kinder und Jugendliche immer öfter Handlungen des Films nachempfinden. Das bedeutet, dass junge Menschen, die übermäßig mit Gewalt in Filmen in Kontakt kommen, in vielen Fällen automatisch mehr von der dort gezeigten Gewalt übernehmen und ausleben. Darin sehen die Kritiker solcher Filme ein großes Problem, welches nicht vernachlässigt werden darf, da vor allem in den USA die Gewalttätigkeit von Kindern und Jugendlichen in den letzten Jahren stark angestiegen ist. Außerdem wird oftmals kritisiert, dass dies nicht nur zu einer Verrohung von jungen Menschen führen kann, sondern auch der einfache und scheinbar gedankenlose, detailliert dargestellte Umgang mit beispielsweise Drogen in Filmen, negative Auswirkungen auf die Gesundheit von Menschen haben kann.[13]

Ein Film kann aber auch als Kunstform angesehen werden, der zwar als Nischenprodukt gilt, aber speziell für Menschen gemacht wird, die sich mit bestimmten Themen identifizieren, die von großen Produktionen nicht in dieser Form abgedeckt werden. Bei solchen Produktionen werden oft Elemente eingesetzt, die viel mehr ästhetischen Grundlagen nachgehen oder experimenteller Natur sind. Es ist nicht das Ziel einen großen Markt für die Produktion zu begeistern, weswegen verglichen mit anderen Produktionen kein großer Druck auf dem Filmteam lastet. Bei Kunstfilmen geht es darum, wichtige Themen aufzugreifen und diese ohne kommerzielle Hintergedanken zu realisieren.[14] Oft werden sozial kritische Themen aufgegriffen, die in großen Produktionen keinen Platz finden. Außerdem wird oft viel auf das Innere der Protagonisten eingegangen und zum Träumen angeregt. Solche Filme werden in der Regel nur in speziellen Kinos oder auf dafür vorgesehenen Filmfestivals gezeigt.

---

[13] (McCartney, 2013)

[14] (Bordwell, Thompson, & Smith, 2016)

3 Musikindustrie

Im Folgenden Kapitel wird die Entwicklung der Musikindustrie kurz erläutert und erklärt, welche Akteure in dieser Branche von besonderer Wichtigkeit sind. Außerdem werden die Einflussfaktoren von Musik auf die Gesellschaft näher beleuchtet.

3.1 Definition

Zusammengefasst lässt sich sagen, dass die Musikindustrie – ähnlich der Filmindustrie – aus Unternehmen und einzelnen Talenten besteht, die sich mit der Produktion und Vermarktung von Musik beschäftigen. Neben dem Produzieren von neuen Liedern gehören auch das Vermarkten von Konzerten beziehungsweise Shows, das Aufzeichnen von Musikvideos und das Management rund um die Künstler zum Tätigkeitsbereich der Industrie. Dazu gehört zum Beispiel die Organisation von verfügbaren Aufnahmestudios, Technikern, Marketingfachleuten und viele weitere.[15]

Neben den offensichtlichen Teilnehmern in der Musikindustrie gehören vor allem auch Dritte dazu, die die Künstler unterstützen. Dieses Spektrum erstreckt sich von allgemeinen Managern bis hin zu speziellen Anwälten. Außerdem sind ebenfalls Berichterstatter aus dem Entertainment Bereich sehr wichtig, um Aufmerksamkeit auf eine Band oder einen Künstler zu lenken, wie beispielsweise Journalisten aus dem Musikbereich oder Radiosender, in denen die Künstler ihre Werke bewerben können. Das Spektrum der Beteiligten in dieser Branche erstreckt sich von Produzenten der einzelnen Instrumente bis hin zu Zusammenschlüssen für Musiker, die sich um die Rechte der Künstler kümmern.[16]

Wie in der Filmindustrie teilen sich auch in der Musikindustrie wenige große Firmen einen Großteil des Absatzmarktes. Im Falle der Musikindustrie zählen dazu seit den 2000er Jahren die drei großen Labels Universal Music Group aus Frankreich, Sony Music Entertainment aus Japan und die Warner Music Group aus den USA.

[15] (Passman, 2015)
[16] (Herstand & Sivers, 2016)

Alle Labels, die nicht zu diesen Hauptvertrieben dieser Branche zählen, werden als unabhängige Indie-Labels bezeichnet.

Nachdem sich die Industrie gerade in den 2000er Jahren durch die zunehmende Digitalisierung anfing drastisch zu verändern, kristallisierten sich gerade diese großen Vertreter auf dem Musikmarkt heraus. Die Wichtigkeit von digitalen Vertriebswegen nahm stark zu und die Beliebtheit der CD (Compact Disk) sank immer weiter. Hinzu kam, dass die Labels auch immer mehr mit illegalen Verbreitungen zu kämpfen hatten.

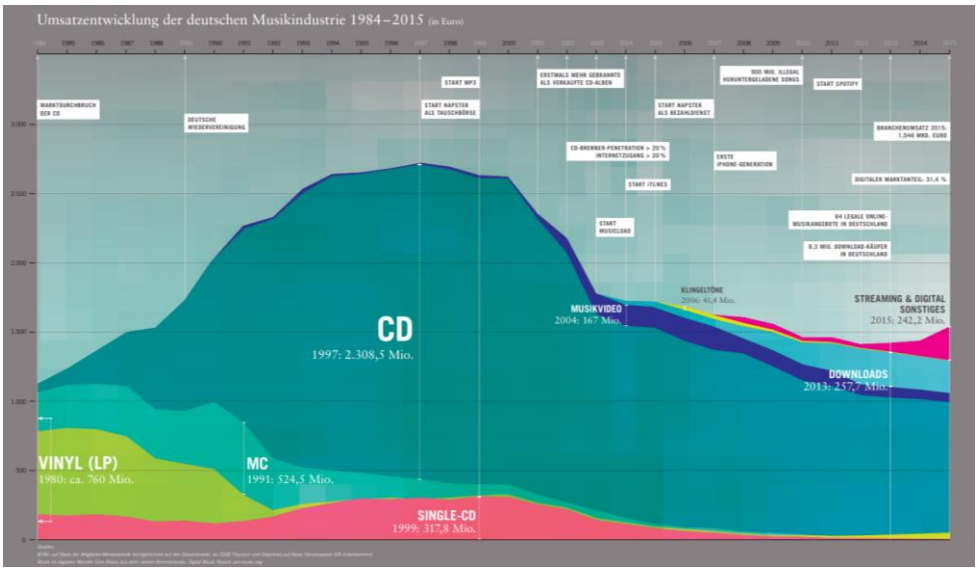

Abbildung 1: Umsatzentwicklung der deutschen Musikindustrie 1984-2015[17]

Die oben angeführte Grafik zeigt die Entwicklung des deutschen Absatzmarktes in Bezug auf Musik in den letzten Jahren. Daraus wird ersichtlich, dass die CD immer noch sehr beliebt ist, die Wichtigkeit der Streamingdienste allerdings nicht unterschätzt werden darf. Besonders durch diese ließ sich ein deutlicher Wachstumsschub (4,6%) im Jahr 2015 feststellen.

Aus diesem Wachstum resultierten 1,55 Milliarden Euro Gesamtumsatz. Obwohl also die CD mit knapp über 60% Marktanteil nach wie vor die wichtigste Umsatzquelle im

[17] (Musikindustrie, 2018)

Bereich der Musik in Deutschland bleibt, nahm die Anzahl von Nutzern von Streamingdiensten mit einem relativen Wachstum von über 100% stark zu.[18]

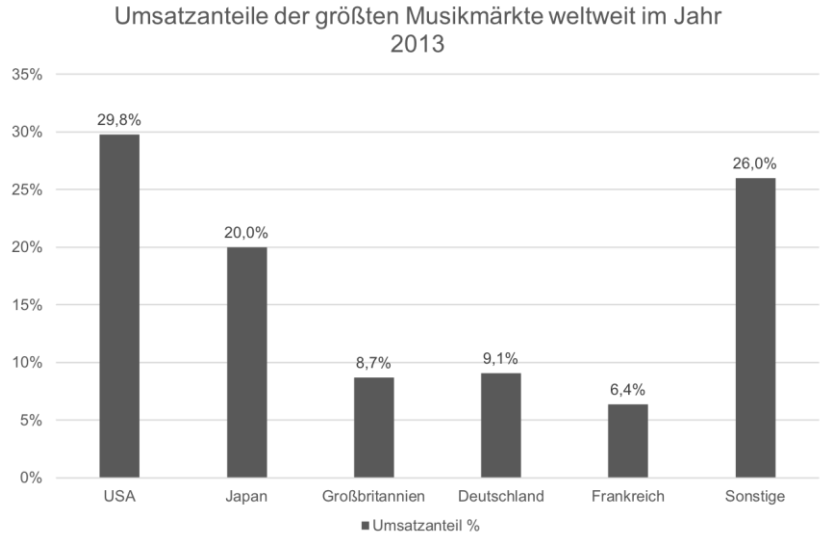

Abbildung 2: Umsatzanteile der größten Musikmärkte weltweit im Jahr 2013[19]

Aus dieser Statistik aus dem Jahr 2013 ist erkennbar, dass Deutschland weltweit eine der wichtigsten Positionen im Vertrieb von Musik einnimmt. Im Jahr 2013 umfassten allein 9,1% der Ausgaben der Deutschen Bürger Musik.

3.2 Einfluss der Musikindustrie auf die Gesellschaft

Wie bei Filmen auch gibt es verschiedene Ebenen, mit denen Musik die Gesellschaft beeinflusst. Dazu gehören moralische, kulturelle und auch emotionale Einflüsse. Die Musik definiert in der heutigen Zeit vor allem auch die Art, wie bestimmte Gruppen der Gesellschaft dargestellt werden. Immer mehr Künstler schreiben ihre Texte beispielsweise über das Erwachsenwerden und die damit verbundenen Veränderungen in den letzten Jahren. Dazu zählt zum Beispiel die immer schnelllebiger werdende Welt und die massive Zunahme an der Nutzung von sozialen Netzwerken jeglicher Art.[20] Vor der

[18] (Witt, 2016)
[19] Nach (Statista, 2018)
[20] (Kroker, 2017)

Digitalisierung änderten sich die Art der Musik und die zu behandelten Themen nur in großen Abständen.

Die Digitalisierung und der damit verbundenen Möglichkeit sich weitläufig auszutauschen, beeinflussen ebenfalls die Musikbranche. Damit kann ermittelt werden, was sich die jeweiligen Zielgruppen von der Musik erhoffen oder wünschen. Die Art der Musik wird sich in Zukunft immer schneller und stärker basierend auf den gesellschaftlichen Entwicklungen verändern. Somit ist also festzuhalten, dass sich die Gesellschaft und die Musik jeweils gegenseitig zu einem beträchtlichen Maß beeinflussen. Das bedeutet auch, dass sich sowohl die Menschen, als auch die Musikindustrie darüber im Klaren sein müssen, inwiefern sie die Zukunft und die Art, mit der sie eine Botschaft verbreiten und vermitteln möchten, beeinflussen wollen.[21]

Sowohl in der Film- als auch in der Musikindustrie wird den unterschiedlichen Branchen immer wieder von vielen Personen und Gruppen vorgeworfen, dass sie sensible Thematiken verharmlosen oder gar glorifizieren und somit gerade jüngeren Menschen ein gänzlich falsches Bild der dargestellten Themen vermitteln. Dazu gehören vor allem Sex, der Missbrauch von Drogen und der übermäßige Konsum von Alkohol. Die wohl am meisten verbreitete Ansicht zu diesem Thema stellt jedoch jene dar, die der Meinung ist, dass die Musik zwar durchaus einen immer wichtigeren Faktor in der Meinungsbildung und dem sozialen Verhalten von Menschen einnimmt, jedoch nicht als alleiniger Auslöser für die Veränderung von typischen Verhaltensmustern herangezogen werden kann. Es erscheinen immer mehr Skandal-Alben, die in den Medien stark kritisiert werden. Die Künstler müssen sich bewusst sein, wie groß ihr Einfluss gerade auf Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene ist.[22]

Gleichzeitig kann die Musik aber auch auf positive Arten und Weisen beeinflussen. Sie kann gute Werte vermitteln und gleichzeitig Menschen motivieren, bestimmte Ziele nicht aufzugeben. Auch dadurch können Menschen geprägt werden. Musik kann auf ihre ganz eigene Art und Weise Atmosphäre schaffen und die Stimmung beeinflussen. Sie kann helfen, konzentriert zu arbeiten oder eine gute Stimmung noch weiter anzu-

[21] (Huang, 2015)
[22] (Meaningful, 2008)

heben. Gleichzeitig kann sie aber auch helfen, mit einem Verlust besser klarzukommen. Es gibt kein vergleichbares Medium wie die Musik, in der sich Menschen so gut und einfach wiederkennen können und selbstverwirklicht fühlen.[23]

Die Musik kann ebenfalls als therapeutisches Instrument eingesetzt werden, welches ebenfalls immer mehr an Wichtigkeit gewinnt. Dies kann auf zwei verschiedenen Wegen eingesetzt werden. Es kann zu Zwecken der Therapie entweder aktiv Musik gehört werden oder eben solche auch produziert werden. Musik kann bestimmte Endorphine im Körper freisetzen und fördern.[24] Außerdem wird sie auch vermehrt in der Medizin eingesetzt, beispielsweise um Patienten zu beruhigen.[25]

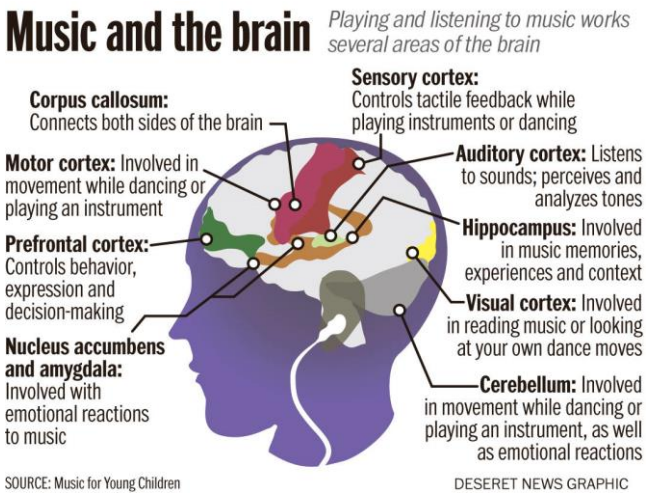

Abbildung 3: Einflüsse von Musik auf das menschliche Gehirn[26]

Die oben abgebildete Grafik zeigt das Ergebnis, welches mehrere medizinische Studien hervorgebracht haben. Das Gehirn des Menschen wird durch Musik in vielen verschiedenen Bereichen aktiviert. Dabei kommt es auch darauf an, welche Musik gespielt wird, allerdings ist festzuhalten, dass Musik allgemein einen großen Einfluss auf das Gehirn hat.

---

[23] (M, 2011)
[24] (Rundfunk, Musik in der Hirnforschung, 2018)
[25] (Rundfunk, Musik als Medizin, 2015)
[26] (Jones, 2018)

Auch bei dem Heranwachsen von Babys im Mutterkörper wird Musik bereits eingesetzt, um beispielsweise das Wohlergehen des Fötus zu fördern. Einige Experten sind auch der Ansicht, dass beispielsweise ruhige und entspannende Musik die spätere Intelligenz des Kindes und somit auch den beruflichen Erfolg stark beeinflussen kann. Des Weiteren soll durch Musik das Erinnerungsvermögen gefördert werden und sie kann Menschen helfen, beim Meditieren zu entspannen und den Stresspegel zu senken.[27]

4 Eventmanagement

Im folgenden Kapitel wird zunächst näher erläutert, was der Begriff Eventmanagement bedeutet und welche verschiedenen Punkte hierzu gehören. Dabei wird besonders auf das Projektmanagement, das Erlebnismarketing und zum Schluss auch auf die Trends, welche sich in den letzten Jahren immer deutlicher in diesem Bereich abgezeichnet haben, eingegangen.

4.1 Definition

Unter Eventmanagement versteht man eine Form des Projektmanagements. Es befasst sich damit, große Events zu planen, zu entwickeln und auszuführen. Dazu gehören beispielsweise Konferenzen, Hochzeiten, Messen oder auch Businessveranstaltungen. Zum Eventmanagement gehört außerdem, sich bis ins kleinste Detail mit der Branche, in der das Event stattfinden soll, auseinanderzusetzen. Nur so können in vielen Fällen die passenden Zielgruppen ermittelt, die richtige Eventform gewählt und die passende Darstellungsform ausgesucht und geplant werden. So kann in den meisten Fällen ein erfolgreiches Event gewährleistet werden.[28]

Zum Eventmanagement gehören also Planung und Koordinierung von Events, welche je nach der Art des Events verschiedene Aspekte beinhalten können. Dazu gehören beispielsweise die Organisation der Sicherheit vor Ort, das Catering zu organisieren

[27] (Love, 2018)
[28] (MANAGEMENT, 2008)

oder die Technik für das Event zu beschaffen. Die Wichtigkeit von Events hat in den letzten Jahren stetig zugenommen und mittlerweile heuern Firmen Eventmanager oder Eventagenturen nicht nur für großangelegte Events an, sondern auch schon für kleinere Angelegenheiten wie beispielsweise ein Businessmeeting. Der Sinn von einem erfolgreichen Event besteht für die meisten Firmen darin, sich in der eigenen Branche abzuheben und sich somit gut auf dem hart umkämpfen Markt zu präsentieren und gegen die Konkurrenz zu behaupten.[29] Eventmanagement stellt ein strategisches Werkzeug dar und bietet ebenfalls die Möglichkeit für Firmen mit Mitbewerbern oder Kunden besser kommunizieren zu können. Dabei ist es auch wichtig, ob ein Event nur für einen geschlossenen Kreis an Besuchern gedacht ist oder ob auch die Öffentlichkeit geladen ist. Damit kann noch mehr Aufsehen auf das Event beziehungsweise die veranstaltende Firma gelenkt werden und somit auch die Aufmerksamkeit der Medien gewonnen werden.

Damit solche Events ohne Probleme stattfinden können, kümmern sich meistens externe Eventmanager als Freelancer (freie Mitarbeiter) oder Eventagenturen um die Organisation und Planung des geplanten Events. In einigen Fällen haben vor allem größere Firmen aber auch eigene Abteilungen, die sich nur mit der Organisation und Veranstaltung der firmeneigenen Events beschäftigen.[30] Damit übernimmt ein Eventmanager die Verantwortung für das Event. In den meisten Fällen zählt dazu ebenfalls auch das Marketing für das Event oder die Darstellungsform in Form vom Design der Location.

Dabei muss sich ein erfahrener Eventmanager auch gut überlegen, wieso jemand ausgerechnet das von ihm geplante Event besuchen möchte. Eben das ist in der vorangehenden Planung eine der intensivsten Arbeiten, um genau erkennen zu können, wie das Event ausgerichtet werden muss und um zu verstehen, was die Menschen sich wünschen. Allgemein lässt sich sagen, dass es den meisten Menschen um folgende Faktoren geht: Den eigenen Horizont erweitern, dem Event als Erlebnis beiwohnen, sich in die Gemeinschaft einbringen und Kontakte zu knüpfen (speziell bei einem ge-

[29] (Genadinik, 2015)
[30] (Carlos & Van Der Wagen, 2004)

schäftlich orientieren Event), neue Menschen kennenlernen und sich unterhalten fühlen.[31]

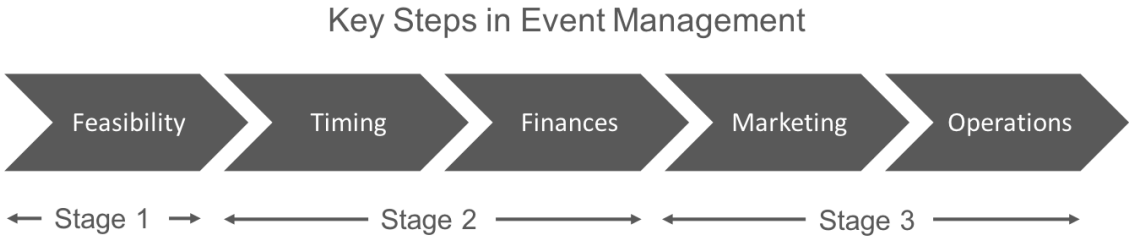

Abbildung 4: Hauptbestandteile des Eventmanagements[32]

Abschließend lässt sich also sagen, dass mit einem Event ebenfalls die emotionale Schiene des Besuchers angesprochen werden muss, um erfolgreich zu sein. Es müssen nicht nur die geplanten Werte und Informationen vermittelt werden, sondern die Leute auch aktiv angesprochen und motiviert werden, um ein gewisses gutes Gefühl zu vermitteln.

4.2 Projektmanagement

Unter Projektmanagement fasst man alle Unterpunkte und Elemente zusammen, die dazu beitragen, das gesetzte Ziel eines Projektes zu erreichen. Das Projektmanagement stellt sicher, dass ein Projekt allumfassend und bis ins Detail strukturiert und gegliedert ist, um das Ziel linear und ohne Probleme zu erreichen. Für ein wirklich erfolgreiches Projekt ist also sehr viel Vorleistung notwendig. Das Projektmanagement setzt sich demnach aus verschiedenen Unterpunkten zusammen. Dazu gehören Definition, Planung, Steuerung und die Zielerreichung, wodurch die bestmögliche Arbeitsvorgehensweise gewährleistet werden soll. Allgemein gefasst lässt sich das Projektmanagement in vier Phasen einteilen. Definition, Planung, Durchführung und Abschluss. Generell gilt: Je besser das für das Projekt gewählte Team zusammenar-

[31] (Bladen, Kennell, Abson, & Wilde, 2012)
[32] Nach (Kash, 2018)

beiten kann und harmoniert, desto erfolgreicher wird das Projekt. Dazu gehört auch die nötige Transparenz.[33]

- **Definition**
  Im ersten Schritt wird das geplante Projekt näher begutachtet. Dabei muss beispielsweise ein Kostenhöchstwert oder Zwischentermine für verschiedene Meilensteine festgelegt werden. Außerdem muss überlegt werden, welche Ressourcen benötigt werden und welcher Bereich im Unternehmen sich am besten mit der Projektbetreuung auseinandersetzen sollte.

- **Planung**
  Es wird ein genauer Plan bezüglich benötigten Kosten und Ressourcen erstellt. Nach dem Erhalt des Auftrags muss entschieden werden, wer sich speziell um dieses Projekt kümmern und wer es als Projektleiter betreuen soll. Dazu muss ein Team passend zusammengestellt werden. Sobald dieser Schritt abgeschlossen ist, folgt die sogenannte Feinplanung. Dabei wird das für das Projekt ausgewählte Team noch einmal weiter in verschiede kleinere Zuständigkeitsbereiche unterteilt. Erste Ergebnisse in diesen Teilprojekten sind erste kleine Meilensteine.

- **Durchführung**
  Der Projektleiter des zuständigen Teams muss stets die Arbeit der verschiedenen Unterteams im Blick haben, um im Notfall rechtzeitig eingreifen zu können und die Arbeit an dem Projekt zeitnah anpassen zu können.

- **Abschluss**
  Sobald das Projekt final abgeschlossen wurde, werden die gesamte Planung, Vorgehensweise und die aufgetretenen Komplikationen noch einmal näher betrachtet, um die möglicherweise aufgetretenen Fehler zu finden und somit schon für das nächste anstehende Projekt zu wissen, was besser gemacht werden kann.

---

[33] (Schütte, 2018)

Das Projektmanagement nimmt heute immer mehr an Wichtigkeit zu. Unternehmen nutzen Projekte immer mehr, um geplante Ziele zu erreichen oder Veränderungen in der allgemeinen Struktur zu bewirken. Ein Projekt gilt in vielen Fällen dann als erfolgreich, wenn es bei Abschluss einen gravierenden Teil zu den vom Unternehmen selbst gesetzten Zielen beigetragen hat. Dabei wird vor allem das sogenannte Multiprojektmanagement immer wichtiger, da dieses verschiedene Projekte innerhalb des Unternehmens miteinander verknüpft und somit ein parallel gut vorankommendes Vorgehen ermöglicht. Des Weiteren werden nicht erfolgreich abgeschlossene Projekte oder solche, die nicht vollends zur Zufriedenstellung abgeschlossen wurden immer wichtiger für künftige Umsetzungen, da so teure und gravierende Fehler oftmals vermieden werden können.[34]

4.3 Erlebnismarketing und Eventmarketing

Erlebnismarketing befasst sich gezielt mit den Emotionen der entsprechenden Zielperson und wie diese durch Einsatz von Werbung aktiviert werden können. Damit soll erreicht werden, dass ein Produkt, eine Marke oder eine Firma positiv in den Köpfen der angesprochenen Personengruppe bleibt. Mit dem sogenannten Erlebnismarketing kann das Marketing noch intensiver Kunden binden und ganz bestimmte Widererkennungswerte vermitteln. Beim Erlebnismarketing beziehungsweise dem Eventmarketing handelt es sich grob gesagt um die spezielle Bezeichnung für Marketing bei einem Event.[35]

Mit Erlebnismarketing soll außerdem beobachtet werden, wie die Zielpersonen auf gezielte Maßnahmen reagieren, damit dies bei beispielsweise der Verbesserung des Images mit einbezogen werden kann. Emotionale Werbung kann deutlich leichter geplante Werbeziele erreichen, als herkömmliches, klassisches Marketing. Ein erfolgreiches Erlebnismarketing ist unabdingbar, um gerade als Unternehmen eine ganz besondere USP (Unique selling proposition) zu erreichen und sich somit abzuheben. Kunden können mit Erlebnismarketing ebenfalls einen Mehrwert aus der Werbung zie-

[34] (Schulz-Hofen, 2018)
[35] (Wirtschaftslexikon, 2018)

hen und ein Produkt viel aktiver wahrnehmen. Oftmals verbindet sich dies auch mit einem bestimmten Lebensgefühl oder formt sich zu seinem Statussymbol.

Das Einsetzen von Erlebnismarketing, welches gezielt die Emotionen von den Menschen der verschiedenen Zielgruppen ansprechen soll, wirkt sich in den meisten Fällen stark auf den tatsächlichen finalen Kauf aus. Das Erlebnismarketing gewinnt immer mehr an Wichtigkeit, da gerade gesättigte Märkte mit einer hohen Zahl an Konkurrenten immer mehr auf Innovationen im Marketing setzen müssen, um überhaupt noch ausreichend neue Kunden anzuziehen beziehungsweise die bestehenden Kunden zu halten. Erlebnismarketing befasst sich also eher damit, die Kunden durch erfolgreiche und besondere Erlebnisse zu binden.[36]

Das Eventmarketing wiederum ist verstärkt für die Bildung eines positiven Images, die Steigerung des Bekanntheitsgrades eines Unternehmens oder eines bestimmten Produktes und die damit verbundene Sympathie zuständig. Grundsätzlich lässt sich aber sagen, dass das Eventmarketing stark auf dem Erlebnismarketing aufbaut. Des Weiteren ist Eventmarketing sehr an Eventmanagement angelehnt.[37]

Beim Eventmarketing soll auf entsprechenden Marketing-Events der Besucher informiert werden, zur aktiven Beteiligung aufgefordert, die Motivation gefördert und die Emotionen angesprochen werden. Nur die erfolgreiche Kombination von allem zusammen ermöglicht ein wirklich erfolgreiches Marketing-Event. Da das Eventmarketing immer mehr an Wichtigkeit zunimmt, zählt es auch seit längerer Zeit zum offiziellen Marketing-Mix dazu, dessen Instrumente von Unternehmen verstärkt eingesetzt werden. Vor allem in den letzten Jahren ist das Eventmarketing immer mehr zum klassischen Kommunikationsinstrument geworden, da sich damit deutlich leichter die Kunden binden lassen und sich somit von anderen Events abgehoben werden kann.

Das Eventmarketing entstand basierend auf der Tatsache, dass die klassischen Marketingwerkzeuge die Konsumenten mit einer Reizüberflutung überfordern und nicht

[36] (Kilian, 2018)
[37] (Kirchgeorg, 2018)

mehr ihr richtiges Ziel erreichen. Mit dem Eventmarketing soll das größtenteils umgangen werden und die direkte Ansprache der Zielgruppen eine bessere Erreichbarkeit der potenziellen Kunden ermöglichen. Die Beziehungen zu den Kunden sollen somit also weiter gestärkt und gehalten werden. Aus diesen Gründen gibt es immer mehr Event-Agenturen, die Unternehmen in all jenen Belangen zur Seite stehen.[38]

4.4 Trends

Obwohl das Eventmanagement als solches noch verhältnismäßig jung ist, verändert sich vor allem in diesem Sektor immer mehr die Vorgehensweise beziehungsweise eine Agentur muss immer auf dem aktuellen Stand sein, um die geplanten Events immer aktuell zu halten und somit mit der Konkurrenz mithalten zu können.

Bis vor einigen Jahren konnten Erkenntnisse über ein abgeschlossenes Event erst unmittelbar nach der Veranstaltung gesammelt und Verbesserungspotenziale erst darauf basierend ermittelt werden, doch das ändert sich. Heutzutage geht der Trend immer mehr dazu, noch während der laufenden Veranstaltung Messungen durchzuführen, Kontrollwerte im Auge zu behalten und Feedback der Besucher im Live-Ticker zu erhalten. Damit eröffnen sich ganz neue Möglichkeiten, wie man das perfekte Event schaffen kann.[39]

Beispielsweise werden auf großen Eventveranstaltungen immer mehr Drohnen eingesetzt. Das hat mehrere Gründe. Zum einen gibt das den Eventplanern die Möglichkeit, umfangreiche Videos von der laufenden Veranstaltung zu erstellen und diese gleichzeitig live auf diversen Social-Media-Kanälen zu streamen. Gerade mit den 360 Grad Bildern können so einzigartige Aufnahmen erstellt werden, die schon während dem Event von Menschen verfolgt werden können und auch nachträglich noch für gute Publicity sorgen können. Neben diesen klaren Werbemaßnahmen für ein Event beziehungsweise eine Firma, bieten Drohnen aber auch ein großes Maß an Sicherheit. Mit der neuesten Technik, die in diesen Drohnen verbaut werden kann, können frühzeitig

[38] (Raj, Walters, & Rashid, 2013)
[39] (Morpus, 2014)

beispielsweise verdächtige Personen oder Objekte in größeren Menschenmengen erkannt werden.[40]

Ein ebenfalls kommender Trend ist das sogenannte Crowdshaping. Obwohl es momentan noch nicht sehr häufig eingesetzt wird, sind sich Fachleute sicher, dass sich dieser Trend in den nächsten Jahren definitiv durchsetzen wird. [41] Beim Crowdshaping geht es darum, dass anhand der Smartphones oder Smartwatches der Eventteilnehmer bei einer Datenerfassung festgestellt werden kann, wie zufrieden die Besucher mit dem Event sind. Damit kann beispielsweise erkannt werden, ob es den Gästen zu warm oder zu kalt ist, ob die Musik ihnen gefällt und wie zufrieden die Gäste mit dem Event allgemein sind.

Anhand dieser Daten können die Veranstalter rechtzeitig eingreifen und gerade solche Dinge wie Lautstärke der Musik oder Temperatur einfach anpassen. Um diese Daten tatsächlich live zur Verfügung zu haben, wird spezielle Technik eingesetzt. Für die Events werden spezielle Apps entwickelt, die sich die Besucher herunterladen und sich dann mit ihren Zugangsdaten für ihre Social-Media-Accounts einloggen können. Aufgrund der gesammelten GPS Daten und kurzen Umfragen, die während des Events geschalten werden, kann dann das Organisationsteam feststellen, wie die allgemeine Zufriedenheit der Besucher aussieht.

Pepsi hat diese Art der Überwachung der Zufriedenheit ihrer Gäste schon 2014 das erste Mal getestet. Dabei handelte es sich um ein Konzert, bei dem Armbänder ausgeteilt wurden, die den Eventplanern nur durch das reine Tragen dieser Bänder Auskünfte über die Zufriedenheit der Besucher geben konnten. Dazu gehörte beispielsweise auch, dass anhand der Bewegungsfreudigkeit der Besucher festgestellt werden konnte, welche Art der Musik den Gästen am ehesten zusagte. Einen weiteren, eher negativen Trend stellen ebenfalls die immer mehr steigenden Hotel- und Flugkosten dar, die in vielen Fällen potenzielle Besucher abschrecken ein Event zu besuchen. Dagegen müssen die Veranstalter aktiv vorgehen, indem sie beispielsweise frühzeitig über Tipps und Tricks aufklären, mit denen die Besucher bei Flug und Unterkunft Geld sparen

[40] (Walker, 2018)
[41] (Magazin, 2018)

können, um somit mehr finanzielle Mittel für das eigentliche Event zur Verfügung zu haben und nicht durch die zu hohen Kosten abgeschreckt zu werden. Dazu gehört beispielsweise, dass die Planer ihre potenziellen Gäste über Sparmaßnahmen wie beispielsweise gute Vergleichssuchmaschinen für Flüge und Hotels aufklären. Außerdem muss auch darauf geachtet werden, dass für das Event auch Locations in Betracht gezogen werden, die möglicherweise nicht unbedingt klassische Veranstaltungsorte dafür sind und sich vom Preis deshalb auch als deutlich erschwinglicher erweisen.[42]

5 Events in der Film- und Musikindustrie

Im folgenden Kapitel wird sich näher auf Preisverleihungen in der Film- und Musikindustrie bezogen. Dabei werden die beiden gewählten Fallbeispiele Oscars und MTV Video Music Awards vorgestellt. Im späteren Verlauf dieser Arbeit werden diese in einer genauen Analyse weiter aufgegriffen und in der Praxis beleuchtet.

5.1 Awards

Ein Award ist eine Form der Auszeichnung, die als Ehrung verstanden werden soll. Diese kann entweder an eine einzelne Person oder sogar an Gruppen verliehen werden. Die Kategorien sind dabei sehr vielfältig, wobei die Bereich Film, Sport und Wissenschaft wohl die bekanntesten Sparten darstellen. Solche Awards werden in der Regel während einer Art Zeremonie vergeben. Dabei kann es sich beispielsweise um Urkunden, Pokale oder auch Medaillen handeln. In der Filmindustrie wird dabei auch in vielen Fällen vom Laudator die zu ehrende Person oder Gruppe mit einer Rede vorgestellt und geehrt. Die zu ehrende Person hält zumeist ebenfalls eine kurze Rede. In

[42] (Curran, 2017)

manchen Fällen sind Auszeichnungen auch mit Geldpreisen verbunden. Außerdem müssen oft Eintritte bezahlt werden, um Gast bei diesen Awards sein zu können.[43]

Auszeichnungen können prinzipiell von jedem und im selbst festgelegten Rhythmus vergeben werden. Üblicherweise finden diese aber in einem jährlichen Abstand statt. Ob eine Auszeichnung beziehungsweise ein Award eine gute Reputation hat ist abhängig von der Qualität der Jury und wie diese zusammengesetzt ist. Neben den klassischen Awards gibt es auch humorvoll gemeinte Auszeichnungen, wie beispielsweise im Bereich des Filmes im deutschsprachigen Raum die „Goldene Himbeere“, die besonders schlechte Leistungen von Schauspielern, Regisseuren oder anderen Teilnehmern des Films auszeichnet.[44]

Eben solche Awards haben eine besondere Wichtigkeit für alle Beteiligten in der Filmindustrie. Sie sind für Produzenten ebenso wichtig wie für Schauspieler. Oftmals plant das Management eines Schauspielers sogar gezielt PR Kampagnen, um den Schauspieler in das Radar der einzelnen Awards zu bringen. Durch solche Auszeichnungen werden nicht nur die Chancen auf noch größere Rollen und mehr Auswahl bei diesen ermöglicht, sondern kann dadurch auch mehr Gage und ein gewisser Rangaufstieg gesichert werden. Durch die Auszeichnung durch gewisse Preise können kreativ Schaffende in diesem Bereich in eine höhere Riege aufsteigen.[45]

Oscars

Die Oscars oder auch Academy Awards bestehen aus vierundzwanzig Preisen, die jedes Jahr in einer großen Zeremonie, die sogar auf der ganzen Welt live übertragen wird, ausgestrahlt werden. Organisiert wird die Veranstaltung von der sogenannten „Academy of Motion Picture Arts and Sciences“, um besondere Talente im gesamten Spektrum der Filmindustrie zu ehren. Der vergebene Preis in Form der Oscarstatue nennt sich auch „Academy Award of Merit“. Der Begriff Oscar ist erst seit 1939 gängig, wohingegen die genaue Herkunft nach wie vor nicht geklärt wurde, da es verschiedene

[43] (Dictionary, 2018)
[44] (Online, Tut uns leid, aber ihr habt gewonnen, 2018)
[45] (Osborne, 2013)

Ansätze gibt, woher dieser Name ursprünglich stammt. Dieser weltweit bekannteste Filmpreis feierte im Jahr 2018 sein 90-jähriges Bestehen. In diesen 90 Jahren wurden über 3.000 Oscars verliehen.[46]

Abbildung 5: Academy Award Statue[47]

Die ersten Oscars wurden 1929 verliehen. Damals war dieses Event noch deutlich kleiner mit rund 270 Teilnehmern und fand in privater Runde in einem Hotel statt. Zu dieser Zeit zahlten die Gäste lediglich 5 US-Dollar Eintritt, wohingegen sich dieser Preis in der Entstehungsgeschichte der Oscars auf 70 US-Dollar angehoben hat. 1929 wurden lediglich fünfzehn Awards vergeben, weswegen die gesamte Zeremonie auch nicht mit der heutigen Laufzeit verglichen werden kann. Damals belief sich das Event auf eine Laufzeit von ungefähr fünfzehn Minuten mit anschließender After-Show-Party.[48] Die Gewinner wurden in der Anfangszeit der Oscar-Veranstaltung erst drei Monate später den Medien mitgeteilt, dieser Umstand wurde jedoch bereits 1930 geändert. Eine Zeit lang wurden die Ergebnisse dann bereits am Abend der Oscar-Verleihung den Zeitungen übergeben, um diese dann zu drucken. Nachdem nach einem Zwischenfall die Gewinner allerdings verfrüht bekanntgegeben wurden, werden

[46] (Sciences, Oscar Statuette, 2018)
[47] (Amosval, 2018)
[48] (Kinn & Piazza, 2014)

die Gewinner der jeweiligen Kategorien immer auf eine Karte gedruckt, die in einem versiegelten Umschlag dem Laudator übergeben wird.[49]

Die abendliche Verleihungszeremonie wurde das erste Mal 1930 im Radio übertragen, allerdings erst im Jahr 1953 im Fernsehen. Heute kann man die Oscars in über 200 Ländern live im Fernsehen mitverfolgen, sowie über Online-Streaming-Dienste. Damit ist der Oscar die weltweilt älteste Veranstaltung dieser Art in der Entertainmentbranche und erfreut sich massiver Bekanntheit und Beliebtheit. Nach den Academy Awards folgten die Emmy Awards (Fernsehproduktionen), die Tony Awards (Theater) und die Grammy Awards (Musik). All jene Folgeveranstaltungen basieren auf dem Prinzip der Oscars.

MTV Video Music Award

Die MTV Video Music Awards oder kurz VMAs sind ein Format des Fernsehsenders MTV. Diese wurden ursprünglich eingeführt, um einen Gegenpart zu den Grammy Awards darzustellen und sind heute eine der wichtigsten Awardveranstaltungen für heranwachsende und junge Erwachsene Zuschauer, da diese vor allem bei jungen Menschen sehr beliebt sind und diese Zielgruppe die größte Anzahl an Zuschauern der Live-Übertragung darstellt. Bei diesem Award werden nicht nur Menschen aus dem Bereich Musik, sondern auch aus dem Bereich Musikvideo mit Preisen geehrt.

Seit 2006 können die Zuschauer über die offizielle MTV Homepage für ihre Favoriten im Bereich Musikvideo abstimmen und somit bei der Entscheidung der Gewinner mitwirken. Das unten gezeigte Bild zeigt den bei den MTV Video Music Awards verliehenen Preis, der unter dem Begriff „Moonman“ oder „Moon Person“ bekannt ist. Auch die VMAs finden einmal im Jahr statt, allerdings zu einem deutlich späteren Zeitpunkt als die Oscars. Üblicherweise werden die VMAs am Ende des Sommers und die Oscars

[49] (Wiley, 1988)

am Anfang des Jahres abgehalten. Die VMAs werden live auf dem Fernsehsender MTV und allen Sendern, die zu dessen Netzwerk gehören übertragen.[50]

Abbildung 6: MTV VMA Moon Man Statue[51]

Die VMAs finden seit 1984 statt und wechseln dabei öfter den Austragungsort. Üblicherweise findet die Preisverleihung in New York City oder Los Angeles statt, allerdings wurden sie auch schon in Las Vegas oder Miami ausgetragen. Preise werden in zwanzig verschiedenen Kategorien verliehen, weshalb die Preisverleihung auch circa drei Stunden dauert. Diese wird von Auftritten bekannter Künstler ergänzt.[52] Auszeichnungen werden beispielsweise in den Kategorien „Video of the Year“, „Best New Artist“ oder „Best Pop Video“ verliehen. Die Veranstaltung feierte 2009 ihr 25-jähriges Bestehen.

MTV Europe Music Awards

Neben den MTV Video Music Awards veranstaltet der Sender auch noch weitere Events. Dazu gehören die MTV Europe Music Awards (EMAs), die seit 1994 abgehalten werden und das europäische Gegenstück zu den VMAs darstellen. Diese Preisverleihung fokussiert sich vor allem auf Künstler aus Europa. Auch diese Veranstaltung

[50] (MTV, VMA 2018, 2018)
[51] (Gatrell, 2017)
[52] (Blistein, 2018)

findet jährlich statt, wechselt dabei aber regelmäßig das Austragungsland, wobei die meisten Preisverleihungen bisher in Großbritannien stattgefunden haben. Auch bei der Tochterveranstaltung der VMAs können die Zuschauer seit 2007 über die MTV Homepage für ihre Favoriten abstimmen. Das unten aufgeführte Bild zeigt den Preis für Gewinner der europäischen Variante.[53]

Abbildung 7: MTV EMA Statue[54]

Die EMAs unterscheiden sich hauptsächlich in Form der Kategorien vom Hauptevent in den USA. Zwar werden bei den EMAs ebenfalls internationale Künstler und Beteiligte aus der Musikbranche ausgezeichnet und geehrt, allerdings gibt es auch spezielle Kategorien, die vor allem Künstler aus Europa ehren sollen, beispielsweise „Best German Act“ oder „Best UK & Ireland Act“.

Nachdem es sich bei den EMAs um eine direkte Tochterveranstaltung der VMAs handelt, die lediglich in einem anderen Teil der Welt stattfindet und sich minimal von der größeren Veranstaltung unterscheidet, wird auf diese in dieser Arbeit nicht näher eingegangen. Trotzdem sollte sie der Vollständigkeitshalber erwähnt werden.

[53] (MTV, EMA, 2018)
[54] (Live, 2018)

5.2 Skandale in der Filmindustrie

Durch die Tatsache, dass die Oscars die größte und weltweit bekannteste Preisverleihung im Bereich Film darstellen, wird die Veranstaltung von Teilnehmern und auch den Moderatoren immer wieder genutzt, um auf bestimmte Themen aufmerksam zu machen. In den vergangenen Jahren handelte es sich dabei hauptsächlich um die Gleichberechtigung von Frauen in der Filmbranche, als auch allgemein die Gleichberechtigung von weißen und dunkelhäutigen Menschen, die im Bereich Film involviert sind. Auch politische Themen fanden dort ihren Platz. Dazu gehörten in vergangenen Jahren vor allem Kritik am US-amerikanischen Präsident und der immer noch in weiten Teilen der Welt vorherrschende Diskriminierung von Menschen, die sich in einer gleichgeschlechtlichen Beziehung befinden.[55]

Außerdem erregten die zahlreichen Sex-Skandale, die vor allem in den letzten Jahren an Häufigkeit massiv zunahmen, die Aufmerksamkeit in der Filmbranche. Davon sind auch viele große Persönlichkeiten wie beispielsweise der Schauspieler Kevin Spacey oder der Filmproduzent Harvey Weinstein als vermeintliche Täter betroffen. Sie wurden beispielsweise von den Veranstaltern der Oscars von der Gästeliste für das Jahr 2018 entfernt und diese haben sich offiziell von ihnen distanziert.[56] Bei diesen beiden Persönlichkeiten handelte es sich um die größten Skandale in diesem Bereich des letzten Jahres. Eben durch sie wurde die daraus resultierende Frauenbewegung noch mehr in Gang gesetzt.

Des Weiteren machten sogar Hasthtags für soziale Medien im Internet die Runde, die ebenfalls bei den Oscars ihre Verwendung fanden. Dazu gehörte beispielsweise der Hashtag „#MeToo“, der Frauen auf der ganzen Welt dazu anregen sollte, sich zu melden, wenn sie Opfer von sexuellen Übergriffen gewesen sind.[57]

---

[55] (Nicholson, 2018)
[56] (O'Connor, 2017)
[57] (Volke & Eikmanns, 2018)

5.3 Skandale in der Musikindustrie

Auch in der Musikszene gab es bisher immer mal wieder große Skandale, die die Welt auf bestimmte Events und Preisverleihungen dort schauen ließen. Besonders bekannt für Vorkommnisse während einer Preisverleihung sind die MTV Video Music Awards. Wie zuvor erwähnt, findet diese Verleihung einmal im Jahr statt und liefert auch in diesem Abstand einen Skandal oder Vorfall, über den am nächsten Morgen alle sprechen. Dabei handelt es sich oftmals um moralisch verwerfliche Vorkommnisse oder beispielsweise auch um Konflikte zwischen einzelnen Künstlern beziehungsweise Anwesenden.

Im Jahr 2015 waren die MTV Video Music Awards bekannt für die folgenden Ereignisse: Die Sängerin Miley Cyrus entblößte einen Teil ihres Oberkörpers, der Sänger Justin Bieber begann zu weinen und der Rapper Kanye West ließ seine Kandidatur für die US Präsidentschaftswahl verlauten. Dabei handelt es sich zwar um nicht so gravierende und denkwürdige Ereignisse wie in den Vorjahren, in denen beispielsweise die Sängerinnen Madonna und Britney Spears sich 2003 vor laufender Kamera auf der Bühne küssten und dieses Ereignis noch Tage danach ein großes Thema in den Medien darstellte, allerdings erwecken diese kleineren Skandale ebenfalls das große Interesse der Zuschauer.[58]

Miley Cyrus versuchte mit dieser Aktion die scheinbare negative Publicity für ihre eigene Bekanntheitssteigerung zu nutzen, ebenso wie Justin Bieber mit seinem Gefühlsausbruch, der gerade bei seinen weiblichen Fans für Ekstase gesorgt hat. Kanye West hingegen wurde politisch, indem er gegen den heutigen US-Präsidenten Donald Trump wetterte. Damit wollte er wohl verdeutlichen, dass die Kandidaten für den Posten des US-amerikanischen Präsidenten ungeeignet waren und er, obwohl er keine fundierte Ausbildung im Bereich Politik hat, einen geeigneteren Kandidaten darstellen würde. Auch der Kuss zwischen Madonna und Britney Spears hatte neben den offensichtlichen PR-Gründen möglicherweise andere Hintergedanken. Im Jahr 2003 wurden gleichgeschlechtliche Paare noch viel eher benachteiligt und diskriminiert, wie im heu-

[58] (Ramanathan, 2015)

tigen Jahr 2018. Damals konnten die Zuschauer noch viel mehr geschockt werden als heute und auf ein Thema aufmerksam gemacht werden, welches heute schon einfacher zur akzeptierten öffentlichen Meinung gehört.

Bei den meisten dieser Vorkommnisse sind sich Vertreter der Presse und Medien im Allgemeinen aber nicht sicher, ob diese nicht im Vorfeld bereits genauestens abgesprochen und somit geplant wurden, um die Preisverleihung und deren Geschehnisse mehr in den Mittelpunkt der Medien zu katapultieren und damit das Interesse der Zuschauer weiter zu schüren. Bei vergleichbaren Events finden derartige Ereignisse zwar auch immer öfter ihren Einzug und werden schnell zum Gesprächsthema der Medien, allerdings ist das von der Verfasserin dieser Arbeit gewählte Fallbeispiel der MTV Video Music Awards die bekannteste Veranstaltung, die sich mit solchen Ereignissen jedes Jahr aufs neue Bekanntheit verschafft.

6 Analyse von Optimierungspotenzialen

In diesem Kapitel wird nun genauer darauf eingegangen, wie genau die vorgestellten Veranstaltungen organisiert sind und worin sie sich im Detail voneinander unterscheiden. Darauf basierend soll abschließend festgestellt werden, in welchen Bereichen die einzelnen Events verbessert werden können.

6.1 Location

Bei den Oscars handelt es sich dabei seit 2002 um das Dolby Theatre in Los Angeles, welches lange Zeit auch unter dem Namen Kodak Theatre bekannt war. Seit diese Location 2001 geöffnet wurde, ist sie bereits Austragungsort für die Academy Awards, wobei bis zu 3.400 Gäste für dieses Event im Dolby Theatre Platz finden.[59] Angesiedelt ist das Dolby Theatre in der direkten Nähe zum Hollywood Boulevard in Los Angeles. Damit liegt es zwar am Rande der Stadt, ist für den Anlass aber in einer sehr passenden Umgebung. Der Hol-

[59] (Theatre, 2018)

lywood Boulevard stellt für die Stadt den wohl wichtigsten und berühmtesten Ort da. In näherer Umgebung befindet sich auch der Sunset Boulevard. Beide Orte sind bei Touristen sehr beliebt und zählen für LA zu den wichtigsten Plätzen der Stadt.[60]

Abbildung 8: Location des Dolby Theatre am Hollywood Boulevard[61]

Die MTV Video Music Awards finden 2018 wieder in New York City in der Radio City Music Hall statt, welche sich im Rockefeller Center im Stadtteil Manhattan befindet. 1984 fanden die VMAs das erste Mal in diesen Örtlichkeiten statt und waren auch in den 1990er und 2000er Jahren mehrfach Austragungsort der Preisverleihung. Auch andere Veranstaltungen dieser Kategorie wie beispielsweise Grammys wurden bereits dort veranstaltet. Bei der diesjährigen Preisverleihung handelt es sich dabei um das 17. Mal, dass diese in der Radio City Music Hall stattfindet. Das Rockefeller Center galt lange Zeit als das meistbesuchte Touristenziel der Stadt. Da es sich bei der Radio City Music Hall um den Platz handelt, an dem das Event bisher am meisten stattgefunden hat und die Veranstaltung auch zu dieser Location erneut zurückgefunden hat, wird nur diese in dieser Arbeit näher beleuchtet und als alleiniger Austragungsort betrachtet.[62]

[60] (Meyer, 2016)
[61] Entnommen aus Google Maps
[62] (MSG, 2018)

Abbildung 9: Radio City Music Hall[63]

Die Radio City Music Hall war nicht von Anfang an für den heutigen Standort geplant. Viel mehr hätte dort ein Opernhaus entstehen sollen, dessen Pläne allerdings 1929 nicht weiter verfolgt wurden und dort stattdessen das heutige Rockefeller Center errichtet wurde. In diesem Gebäude wurden zwei Theater eingeplant, von denen eines die heutige Radio City Music Hall darstellt. Mit einer Kapazität von ungefähr 6.000 Sitzplätzen stellt dieses das größere Theater von beiden dar und ist deshalb bei Veranstaltungen die den MTV Video Music Awards beliebter.

Abbildung 10: Location der Radio City Music Hall in Manhattan[64]

6.2 Bühnenbild

Festgehalten werden kann hierbei, dass es sich bei den Oscars eher um eine traditionellere Veranstaltung handelt, als bei den VMAs. Dies spiegelt sich auch in der Aufmachung der Bühne wider. Die Bühne der Oscars ist schlichter und eleganter gehalten, wohingegen die VMAs einen jüngeren, moderneren Stil aufweisen. Dabei wird ersichtlich, dass die Oscars hauptsächlich eine elegantere Note setzen und dadurch auch eher ältere Menschen ansprechen, die von den Academy Awards ihr Leben lang begleitet wurden. Die VMAs hinge-

[63] (Company, 2018)
[64] Entnommen aus Google Maps

gen existieren noch nicht so lange und verfügen daher über weniger Tradition. Dort finden mehr Skandale statt und die Etikette ist durchaus anders, als bei der Oscarverleihung. Damit sollen vor allem jüngere Zuschauer angesprochen werden, die sich mit dem ungezwungeneren Stil mehr identifizieren können.[65]

Die Oscars verfügen zwar über eine enorme Entwicklung betrachtet man die Entstehungsgeschichte und die lange Existenz des Events, allerdings sollte sich die Veranstaltung mehr den aktuellen Gegebenheiten anpassen und auch versuchen, gerade das junge Publikum durch den Ablauf und das Design des Events mehr anzusprechen. Damit könnte eine weitere wichtige Zielgruppe gewonnen werden beziehungsweise die jüngeren Menschen verstärkt angesprochen werden.[66] Die VMAs hingegen sollten daran arbeiten, noch seriöser zu wirken. Somit ziehen sie auch Menschen als Zuschauer und potenzielle Interessenten an, die weniger an den Skandalen und den Gerüchten interessiert sind, sondern viel mehr an der Seriosität der Preisverleihung.

6.3 Sicherheit

Vor allem die Sicherheit gewinnt bei der Planung von Events dieser Größenordnung immer mehr an Bedeutung. Dabei unterscheiden sich die vorgestellten Events zwar auch abhängig von ihrer Größe, allerdings sind die Vorsichtsmaßnahmen ähnlich. Da es sich bei den Oscars um das größte Event handelt und dieses weltweit bekannt ist, zieht es auch die meisten Menschen an. Bei der diesjährigen Oscarveranstaltung wurden durch die örtliche Polizei mehrere Passierstationen rund um das Dolby Theatre errichtet. Manche Bereiche in Los Angeles wurden vollständig abgesperrt und waren für eine gewisse Zeit überhaupt nicht passierbar. Obwohl keine spezifische Drohung vorgelegen hat, wird auch miteinbezogen, wo und auf welche Art gerade Anschläge mit terroristischem Hintergrund ausgeführt wurden und mit welchen gezielten Maßnahmen eben solche verhindert werden können.

Neben der Polizei von Los Angeles, die mit mehr als 500 Beamten vertreten ist, sind zusätzlich auch Feuerwehrleute, Helikopter und andere Spezialeinheiten im Einsatz. Sowohl außerhalb des Theaters, als auch innerhalb der Location. Gerade wegen dem noch nicht lange in der Vergangenheit liegenden Angriff in Las Vegas auf ein Musikfestival waren die Sicherheitsvorkehrungen besonders hoch. Statt den im Jahr 2017 ausgegebenen $300,000 handelte es sich 2018 bereits um $340,000. Trotz der hohen

[65] (Perkins, 2017)
[66] (VIP, 2018)

Kosten und der Unannehmlichkeiten durch die verschärfte Verkehrssituation bat das Sicherheitsteam des Events wieder um Verständnis.[67]

Neben genau durchgeplanten Notfallplänen, die wenn nötig umgehend umgesetzt werden können, um alle Menschen schnellstmöglich in Sicherheit zu bringen, wurden ebenfalls Testläufe gestartet. Dabei sollen terroristische Anschläge im Ansatz simuliert werden und somit die genauen Vorgehensweisen bei einem richtigen Anschlag geprobt werden. Wenn Prominente ihr eigenes Sicherheitspersonal mit vor Ort bringen, müssen diese nicht nur bei dem Event, sondern auch bei der Regierung angemeldet werden. Nach einem Anschlag im Jahr 2017 bei einem Konzert in Manchester wurde die Anzahl an anwesenden Sicherheitskräften noch einmal umgehend erhöht.[68]

Bei den MTV Video Music Awards ließen sich zum Thema Sicherheit keine passenden Datensätze finden, weswegen davon ausgegangen wird, dass sich die Sicherheit dieses Events so verhält wie bei anderen Events dieser Größenordnung. Dazu gehören entsprechende Vorkehrungen für den Einlass zu dem Event, polizeiliche Absperrungen rund um den Veranstaltungsort und auch die Sicherheit im Veranstaltungssaal. Durch die Tatsache, dass es sich bei den VMAs um ein öffentliches Event handelt, für welches normale Bürger ebenfalls durch Tickets Zugang erhalten, herrscht dabei eine sowieso grundsätzlich andere Vorgehensweise wie beispielsweise bei den Oscars. Es muss beispielsweise gewährleistet sein, dass die Stars unbehelligt an den normalen Gästen vorbei in das Gebäude gelangen können. Außerdem dürfen die normalen Gäste mit den Prominenten zu keinem Zeitpunkt innerhalb der Radio Music City Hall in Kontakt kommen. Sie kommen in einem anderen Teil der Halle unter, als die geladenen Gäste.[69]

6.4 Seatfiller

Neben der für die Öffentlichkeit bekannten Planung, kommt auch noch die Organisation von beispielsweise Seatfillern hinzu. Diese dienen dazu, bei einem Event der Größenordnung einer Preisverleihung dafür zu sorgen, dass zu keinem Zeitpunkt ein Platz in der Veranstaltungshalle leer erscheint. Das ist vor allem dann wichtig, wenn das Event aufgezeichnet und im Fernsehen übertragen wird. Die Gründe hierfür sind unterschiedlich. In einigen Fällen sind die Hallen lediglich nicht vollständig ausgebucht und

[67] (Maddaus, 2018)
[68] (Patten & D'Alessandro, 2018)
[69] (Ruggiero, 2016)

es werden deshalb Seatfiller benötigt. In den meisten Fällen sollen sogenannte Seatfiller aber vor allem dann zum Einsatz kommen, wenn Gäste nach vorne auf die Bühne gerufen werden, um ihren Preis entgegenzunehmen. Das Ziel der Eventmanager ist es, die Örtlichkeit zu keinem Zeitpunkt der Veranstaltung als nicht vollends ausgebucht erscheinen zu lassen. Jedes Event setzt andere Voraussetzungen voraus, um dort Seatfiller zu werden, allerdings sind die Richtlinien hierfür in der Regel sehr streng. Normalerweise wird über den Job des Seatfillers durch Beteiligte an einem Event auch kein Wort darüber verloren.

Bei den Oscars wird es in der Regel laut anonymen internen Aussagen so gehandhabt, dass nur Verwandte von Mitarbeitern bei dieser Veranstaltung berechtigt sind überhaupt als Seatfiller in Betracht gezogen zu werden. Aussagen über die Tätigkeit als Seatfiller dürfen nicht der Öffentlichkeit preisgegeben werden, da sie dazu nicht berechtigt sind und damit riskieren, ihren Job zu verlieren oder ihr Familienmitglied, welches für die Oscars arbeitet, entlassen wird. Ein solches Fehlverhalten ist strikt in dem Vertrag, den der Seatfiller unterzeichnen muss, festgelegt. Von den Veranstaltern wird Geheimhaltung gefordert.[70]

Bei den Oscars gelten neben einem absoluten Schweigegelübde auch noch andere Richtlinien. Dazu gehören klare Vorgaben beim Dresscode. Außerdem darf nicht mit den Gästen des Events in irgendeiner Form interagiert werden. Als Devise gilt: Nichts was man als Seatfiller bei den Oscars tut darf auf irgendeine Art auffällig sein, damit eben jener unter keinen Umständen in den Medien auftaucht.[71]

Durch die Tatsache, dass es sich bei dem Beruf des Seatfillers um eine Tätigkeit handelt, die keine der oben beschriebenen Veranstaltungen gerne beleuchtet, lassen sich hierzu auch nur begrenzt Informationen finden. Durch die Aussage einer anonymen Quelle bei den Oscars lassen sich die besten Eindrücke dieses Jobs erhaschen. In der Regel werden Posten als Seatfiller auch am ehesten über speziell dafür gegründete Agenturen vergeben, bei denen sich potenzielle Interessenten bewerben können. Diese Bewerbungen laufen in der Regel wie normale Jobbewerbungen ab, bei denen nach einem Lebenslauf, einem Foto und in einigen Fällen auch nach der Präsenz im Bereich Social Media gefragt wird. Im Regelfall sind solche Tätigkeiten nicht vergütet.[72]

---

[70] (Nicolaou, 2018)
[71] (Reporter, 2015)
[72] (Roth, 2014)

Auch bei den MTV Video Music Awards kommen sogenannte Seatfiller zum Einsatz. Ähnlich wie bei den Oscars dienen diese vor allem dazu, umgehend leere Plätze zu belegen, wenn die geladenen Gäste beispielsweise auf die Bühne gebeten werden oder die Toiletten aufsuchen. Wie zuvor benannt, dürfen die Plätze zu keinem Zeitpunkt für den Zuschauer vor den Fernsehern oder Besuchern vor Ort leer erscheinen, da dies ein schlechtes Bild auf die Veranstaltung werfen kann und den Eindruck erweckt, dass das Event nicht vollständig ausgebucht ist.[73] Die VMAs nutzen für die Organisation ihrer Seatfiller Onlinepartner wie zum Besipiel seatfiller.com[74], bei denen sich Interessenten melden und offiziell dafür bewerben können, falls sie keine Kontakte zu Angehörigen des Veranstaltungsteams oder Ähnlichen verfügen. Sobald ein Interessent angenommen wurde, bekommt der- oder diejenige eine genaue Angabe, was bei dem Event getragen werden darf. Beispielsweise sind weder weiße Sachen, noch Aufdrucke oder auffällige Muster bei den Kleidungsstücken gewünscht. Vielmehr sollen helle und bunte Farben getragen werden, wobei auch auf Jacken, Mäntel oder Hüte verzichtet werden soll. Bei Frauen gilt es keine Handtasche mitzunehmen, sondern viel mehr eine einfache Clutch.

6.5 Vermarktung

Im weiteren Verlauf der Arbeit werden die unterschiedlichen Vermarktungsansätze der im Vorgang vorgestellten Events analysiert. Da es sich bei den Academy Awards um ein eigenständiges Event handelt, welches gänzlich unabhängig von anderen Institutionen agiert, gibt es bereits in diesem Bereich einen großen Unterschied zu den MTV Video Music Awards. Da es sich bei MTV um einen weltweit vertretenen Fernsehsender handelt, der die gleichnamige Veranstaltung organisiert, herrschen von Anfang an andere Grundvoraussetzungen, um das Event zu vermarkten. Der Name des Fernsehsenders steckt bereits im Namen der Veranstaltung und ist somit bereits ein großer Punkt für das Marketing.

Außerdem werden bei MTV die nominierten Musikvideos, Sänger und andere Nominierte für den Award im Programm gezeigt und die Videos ausgestrahlt. Zudem werden beispielsweise die verschiedenen Kanäle, die zum Network gehören genutzt, um kurze Werbespots für die VMAs auszustrahlen. Außerdem werden auf allen zum Network

[73] (Vito, 2016)

[74] Die Website wird in diversen Artikeln als primäre Anlaufstelle genannt, ist jedoch laut (Archive.org, 2018) schon seit Mitte 2017 nicht mehr in der ursprünglichen Form verfügbar.

gehörenden Sendern die VMAs parallel übertragen, damit die Veranstaltung die größtmögliche Zahl an potenziellen Zuschauern erreichen kann. Diese Maßnahme dient auch dazu, dass die unterschiedlichen Sender nicht gegenseitig in Konkurrenz treten. Über das Jahr verteilt findet kein Marketing für die Preisverleihung statt, da das Network mit den gegebenen Möglichkeiten dazu keinen Anlass zu sehen scheint.

Vor Beginn des eigentlichen Events findet eine sogenannten „Pre-Show“ statt. Dabei handelt es sich um eine vorausgehende Veranstaltung zu der tatsächlichen Preisverleihung, bei der der traditionelle rote Teppich mit einem Vorprogramm kombiniert wird. Dabei stellen Künstler ihre neuesten Werke live vor, beantworten Fragen zu Projekten oder Nominierungen oder es werden neue Künstler der Branche vorgestellt. Diese vorangehende Veranstaltung dient vor allem dazu die Menschen, die Tickets gekauft haben, vor dem Beginn der Preisverleihung zu unterhalten. Während dieser Zeit kommen die Stars des Abends vor Ort an und alles für die Veranstaltung wird vorbereitet. Es handelt sich dabei also um eine Art Countdown zum eigentlichen Event.

Bei den Academy Awards wird dies generell anders gehandhabt. Durch die Tatsache, dass es sich bei den Veranstaltern hinter den Oscars um eine gänzlich eigenständige Institution handelt, die zu keinem Fernsehsender oder etwas Vergleichbarem gehört, sieht die Vermarktung des Awards vollends anders aus. Um das ganze Jahr über Aufmerksamkeit auf die jährlich ansehende Show und die dazu gehörende Preisverleihung zu lenken, werden über den gesamten Zeitraum überall verteilt in den USA kleinere zwischenzeitliche Events abgehalten. Damit sollen die Oscars bei den Menschen im Gedächtnis bleiben und auch möglichst neue Zuschauer für die am Anfang des Jahres anstehende tatsächliche Veranstaltung gewonnen werden.

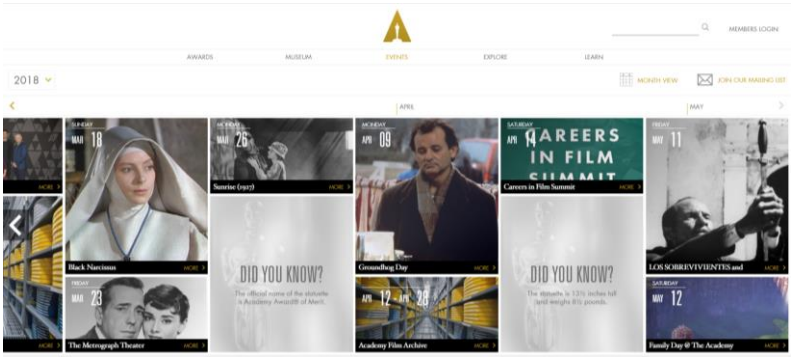

Abbildung 11: Eventübersicht der Academy of Motion Picture Arts and Sciences[75]

[75] (Sciences, Events, 2018)

Zu diesen Ereignissen gehören wie in dem vorangehenden Ausschnitt dargestellt beispielsweise Filmscreenings. Dafür können Interessierte sich Tickets kaufen und daran teilnehmen. Meistens handelt es sich dabei um Klassiker oder generell ältere Film-Produktionen. Dabei sind in der Regel Beteiligte der Produktion vor Ort, die bei speziellen Frage und Antwort Panels den Besuchern dieses Events bei jeglichen Fragen antworten und mit den Gästen diskutieren. Darüber hinaus werden auch Workshops oder Vorträge angeboten, die beispielsweise Menschen, die interessiert an einer Karriere im Bereich Film sind unterrichten können, worauf es ankommt und was beachtet werden muss. Die Veranstaltungen, die mehrfach im Monat stattfinden, sind daher sehr vielfältig und sprechen eine große Bandbreite von Menschen an. Neben der reinen Auflistung der anstehenden Events auf der offiziellen Homepage der Veranstalter finden sich auch interessante Fakten rund um den Oscar, die das Interesse der Menschen weiter fördern sollen.[76]

Neben diesen Veranstaltungen befindet sich aktuell zusätzlich auch ein offizielles Museum in Los Angeles im Bau, welches alles rund um die Oscars näher beleuchten und das Interesse der Menschen weiter schüren soll. Das „The Academy Museum“ soll 2019 vollendet sein und verspricht laut eigenen Angaben der Veranstalter eindrucksvoll, experimentell, bildend und unterhaltend zu sein. Es sollen Werte und Einblicke in die Produktion von Filmen und hinter die Kulissen von Filmen allgemein vermittelt werden, die so noch nie für Menschen außerhalb der Branche möglich waren.

Abbildung 12: Das Academy Museum in Los Angeles[77]

[76] (Oscars, 2018)

[77] (Sciences, Academy Museum, 2018)

Das Museum soll ein ganz neues Konzept verfolgen, welches Wissen unterhaltsaum und spielerisch an die Menschen heranträgt und auch junge Besucher dazu animieren soll, in der Filmbranche tätig zu werden. Außerdem handelt es sich um das weltweit erste Museum, welches sich der Kunst und Wissenschaft hinter Filmproduktionen widmet.[78]

Generell lässt sich sagen, dass trotz der Marketingkampagnen die Zahlen der Zuschauer gerade im Jahr 2017 drastisch gesunken sind. Bei den MTV Video Music Awards belief sich die Zahl der Zuschauer auf allen Sendern, die dieses Event übertrugen, auf nur knapp 5.7 Millionen, wobei es im Jahr 2016 noch 6.5 Millionen und 2015 9.8 Millionen waren. Diese sinkenden Zahlen werden darauf zurückgeführt, dass sich das Event oft mit anderen erfolgreichen Produktionen messen muss, die zeitgleich übertragen werden. Im Jahr 2017 stellte das die Erfolgsserie „Game of Thrones“ dar. Im direkten Vergleiche zu der Zuschauerzahl der VMAs lässt sich festhalten, dass die Serie an diesem Abend das Event mit über 12 Millionen Zuschauern um ein Vielfaches geschlagen hat. Bei diesen Betrachtungen sind allerdings lediglich die direkten Fernsehzuschauer miteinberechnet. Genaue Zahlen zu Menschen, die diese Sendungen online schauen, können nur schwer nachvollzogen werden, vor allem nachdem viele Institutionen diese nicht preisgeben. Festzuhalten ist aber, dass die Onlinezuschauer per Stream nicht vernachlässigt werden dürfen.

Auch bei den Oscars verhalten sich die Zuschauerzahlen nicht besser. Festzuhalten ist allerdings auch, dass es sich bei diesen Zahlen auch nur um jene handelt, die von Menschen gesammelt wurden, die klassisch über den Fernseher das Event verfolgen. Mit 26.5 Millionen Zuschauern bei der Übertragung des Events im Jahr 2018 erreichten die Academy Awards einen Tiefpunkt, der in der Geschichte der Oscars ungeschlagen ist. Fachleute führen dies vor allem auf die immer länger andauernde Preisverleihung und die Veränderung der Themen während eben dieser zurück. Die Preisverleihung war 2018 zwar insgesamt nur um etwa eine Minute länger als die das Jahr davor, allerdings handelte es sich dabei dennoch um die längste Academy Awards Show seit dem Jahr 2007. Damit belief sich die volle Laufzeit des Events auf drei Stunden und fünfzig Minuten, was für viele Zuschauer wohl eine zu lange Zeitspanne umfasst, um sich die Live-Übertragung überhaupt noch anzusehen.[79]

Neben dieser Tatsache fanden viele Zuschauer womöglich auch die Themen der diesjährigen Veranstaltung nicht so spannend wie die der Jahre davor.

[78] (Pictures, 2018)
[79] (O'Connell, 2018)

Die politischen Debatten wurden kleingehalten, wohingegen viel mehr das Thema der sexuellen Belästigungsskandale Einzug in den Reden der Gewinner fand.

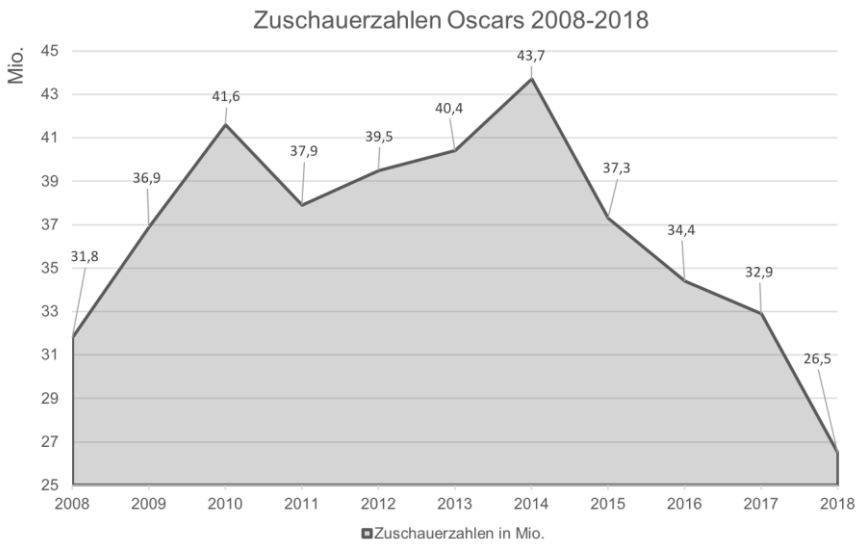

Abbildung 13: Zuschauerzahlen der Oscar-Übertragung 2008-2018[80]

Gerade was die Länge der Oscarverleihung betrifft lässt sich außerdem feststellen, dass die Auftritte von Bands oder anderen Künstlern, die live performen, abgenommen haben, wohingegen die MTV Video Music Awards an der Anzahl der Live-Acts festhalten, da diese einen wichtigen Bestandteil bei dieser Veranstaltung darstellen. Zwar handelt es sich bei den VMAs und den Oscars um zwei Events in zwei gänzlich unterschiedlichen Branchen, allerdings dienen gerade solche Auftritte als Auflockerung bei Events dieser Länge. Das hilft ebenfalls dabei, die Zuschauer auf längere Sicht nicht zu langweilen, da die Show – gerade bei den Oscars – größtenteils nur aus Reden der Preisträger besteht. Hervorzuheben ist auch, dass die VMAs im Schnitt lediglich zweieinhalb Stunden dauern, was für den Zuschauer deutlich angenehmer ist, zumal davon ein Großteil aus Aufritten von Sängern und Bands besteht.[81]

Es lässt sich also festhalten, dass die Veranstaltungen der Veranstalter hinter den Academy Awards mit Sicherheit die Präsenz der Oscars in den Köpfen der Menschen hervorheben und auch das bald zu eröffnende Museum weitere interessierte Menschen anzieht, allerdings lässt sich aus der momentanen Sicht nicht unbedingt erschließen, ob diese Maßnahmen an den tatsächlich Zuschauerzahlen etwas

[80]Nach (O'Connell, 2018)
[81] (O'Connell, 2018)

gravierend ändern. Auch bei den Maßnahmen des Senders MTV und allen Partnersendern ist schwer auszumachen, ob die Zuschauerzahlen sich durch die permanente Werbung in den Werbepausen anderer Formate und die Pre-Show verändern.

Die zurückgegangenen Zuschauerzahlen könnten sich größtenteils auch darauf beziehen, dass gerade die Oscars deutlich zu lange sind und zu lange am Stück die Aufmerksamkeit der Zuschauer fordern. Es könnten mehr Auflockerungspunkte eingebaut werden, wie es auch die VMAs teilweise schon tun. Vor allem Auftritte von Bands könnten diesen Umstand verbessern.[82] Im schlimmsten Fall sollte auch überlegt werden, ob einzelne Kategorien nicht gestrichen werden könnten. Sowohl für die VMAs als auch die Oscars sollte festgehalten werden, dass darauf geachtet werden sollte, zu welcher Zeit und zu welchem Datum das Event stattfindet. Vor allem bei den Oscars könnte eine Änderung des Beginns bereits große Effekte hervorrufen, da nicht nur die Zuschauer vor Ort davon profitieren und länger zuschauen können, sondern auch die Zuschauer weltweit basierend auf der Zeitverschiebung. Außerdem sollte es vermieden werden die Veranstaltung zeitgleich zu anderen sehr erfolgreichen TV-Produktionen anzusetzen, da so automatisch schon eine große Anzahl an potenziellen Zuschauern verloren geht. Auch die Zeit im Jahr, in der das Event stattfindet, könnte geändert werden, um mehr Zuschauer zu gewinnen. Dabei sind die Ferienzeiten zu beachten, als auch die Tage und Zeitpunkte, zu denen Menschen am meisten fernsehen.

Im Allgemeinen lässt sich festhalten, dass MTV nach der Meinung der Verfasserin einen besseren Marketingansatz verfolgt, als die Veranstalter der Oscars. Durch das Oscar Museum wird zwar ein erster Schritt in mehr Kontakt zur breiten Öffentlichkeit gegangen, aber das ist noch nicht ausreichend. Beispielsweise könnten die Events, die über das ganze Jahr verteilt stattfinden, auch für die Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden und nicht nur für Mitglieder der Academy eine Option sein. Die Zielgruppen müssten näher beleuchtet und erweitert beziehungsweise abgeändert werden. Die VMAs könnten erwachsener und seriöser und die Oscars auch jünger wirken. Dafür müsste allerdings im Voraus auch festgestellt werden, welche Zielgruppe mehr zu Live-Events und den damit verbundenen Besuch tendiert und welche Zielgruppe das Zuschauen von zu Hause aus bevorzugt. Pauschal lässt sich vermutlich sagen, dass vor allem jüngere Menschen zu Live-Events und eher ältere Menschen zu dem Verfolgen von zu Hause aus tendieren.

[82] (Cirisano, 2017)

Bei dieser Überlegung könnte berücksichtig werden, dass eine gewisse Nähe zu Stars mit Sicherheit dazu beitragen könnte, dass mehr Besucher das Live-Event besuchen beziehungsweise mehr Menschen von zu Hause aus einschalten. Es könnten beispielsweise Panels vor oder nach dem eigentlichen Event abgehalten werden, bei denen Fragen von Menschen im Saal oder Fragen von sozialen Netzwerken aufgegriffen, gestellt und von den VIPs beantwortet werden. Dafür könnten Elemente von Fan-Conventions[83] übernommen werden wie beispielsweise der größten Comic-Con in San Diego. Besucher des Live-Events könnten die Möglichkeit erhalten, gegen einen Aufpreis näher in Kontakt mit den Stars zu kommen, zum Beispiel durch ein exklusives Fotoshooting oder eine Autogrammstunde.

6.6 Kosten

Was die genauen Kosten der beiden vorgestellten Events betrifft, variieren diese sehr, allerdings soll in diesem Unterpunkt ermittelt werde, worauf genau sich die hohen Kosten im Detail belaufen und wobei dabei auch Ausgaben eingespart werden könnten, auch wenn diese abgedeckt sind.

Die genauen Zahlen, welche die „The Academy of Motion Picture Arts and Sciences“, welche für die Organisation der jährlichen Academy Awards zuständig ist, jährlich für das Event ausgibt, lassen sich einsehen. Für das Jahr 2012[84] wurden beispielsweise über 38 Millionen Dollar ausgegeben. Eine Zahl, die sich in den letzten Jahren nur noch erhöht hat. Die folgende Abbildung zeigt die wichtigsten Kosten einer jährlichen Oscarveranstaltung.

[83] Als Fan-Convention bezeichnet man eine Zusammenkunft von Fans von beispielsweise einer Serie, die dort die Möglichkeit erhalten, sich so untereinander auszutauschen und ihre Idole zu treffen.

[84] Seit dem Annual Report im Jahr 2012 wurden keine allumfassend aussagekräftigen Daten veröffentlicht.

Kostenträger	*Kosten*
Honorar der Event-Produzenten	~100.000 Dollar
Honorar des Moderators	~15.000 – 25.000 Dollar
Oscar Statuen	~45.000 Dollar
Sicherheit	~250.000 Dollar
Auftritte von Bands und/oder Sängern	~14.000 Dollar
Location	~1.000.000 Dollar
Goldene Nominierten-Umschläge	10.000 Dollar
Eventmitarbeiter vor Ort	240.000 Dollar
Roter Teppich	25.000 Dollar

Abbildung 14: Wichtigste Kosten der Oscar-Verleihung 2012[85]

Neben diesen Kosten kommen auch noch Ausgaben für alle anderen Events, die rund um die Oscars stattfinden und damit in Verbindung stehen, hinzu sowie die Ausgaben für das Essen und die Getränke besonders auf der After-Show Party. Dazu kommen beispielsweise die Kosten für spezielle Weine für die Gäste, wobei sich die Kosten bei circa 540 Flaschen auf 58.000 Dollar belaufen. Dazu kommt noch der Champagner mit Kosten von 87.000 Dollar oder die auch angebotenen weißen Trüffel mit 34.800 Dollar. Neben diesen Aufgaben kommen aber auch noch Ausgaben beispielsweise in der Form von Copyright Schutz in Höhe von 1.5 Millionen Dollar.

Neben den Ausgaben, die für den tatsächlichen Oscarabend ausgegeben werden, kommen noch kleinere Nebenevents hinzu. Dabei werden beispielsweise Filme, die mit einem oder mehreren Oscars nominiert sind in Los Angeles, New York oder London Mitgliedern der Academy gezeigt. Dabei belaufen sich die Kosten auf circa 250.000 Dollar. Außerdem finden neben der weltweit bekannten Oscarverleihung auch noch kleinere Award-Veranstaltungen, die ebenfalls von der Academy geplant werden, statt.

[85] (Sun, 2013)

Dazu zählen beispielsweise die sogenannten „Governors Awards“ mit Kosten von rund 865.000 Dollar, wobei spezielle Tätigkeiten von Menschen zusätzlich ausgezeichnet werden. Außerdem müssen die Örtlichkeiten schon etwas im Voraus der eigentlichen Veranstaltung angemietet werden, was mit zusätzlichen Kosten verbunden ist.

Von diesen enormen Ausgaben für die Oscars und der damit verbundenen Aufmerksamkeit profitiert vor allem die Stadt Los Angeles. Laut Angaben der Stadt schafft es die Preisverleihung jährlich zusätzlich ungefähr 130 Millionen Dollar in die Kassen der Stadt zu spülen. Dabei handelt es sich nicht nur um Ausgaben von tatsächlich zu diesem Abend eingeladene Menschen wie den Stars oder den Pressevertretern, sondern auch Touristen, die durch dieses Event in die Stadt gezogen werden. Vor allem Hotels und die Schönheitsbranche erfahren durch die Oscars rund um dessen Ausstrahlungsdatum einen gravierenden Schub. Die Hotels können in diesem Zeitraum deutlich mehr für ihre sonst viel günstigeren Zimmer verlangen und die Schönheitssalons erhalten durch die hohe Stardichte eine höhere Vergütung. Außerdem werden in diesem Zeitraum vor allem in diesen beiden Bereichen deutlich mehr Angestellte beschäftigt.

Nach eigenen Angaben erhielt die Academy im Jahr 2015 109 Millionen US-Dollar. Diese Einnahmen setzen sich vor allem aus Einnahmen durch interne Ticketverkäufe zusammen. Obwohl die Filmstudios bereits einen Großteil der Plätze in der Halle reservieren und dafür Geld zahlen, müssen die Star-Gäste dennoch für ihre Tickets zahlen. Im Jahr 2015 bewegten sich die Kosten für einen Sitzplatz je nach der genauen Lage in einem Bereich von 150, 375 oder 750 US-Dollar.

Eine weitere große Einnahmequelle für die Academy stellt das Geld dar, welches durch jährliche Zahlungen von Walt Disney Co. eingenommen wird. Dadurch sichert sich das Unternehmen die Rechte daran, die „Oscarnacht“ auch im eigenen Channel ABC auszustrahlen. Auch andere Fernsehsender weltweit zahlen Gebühren an die Academy, um sich die Ausstrahlungsrecht zu sichern. Des Weiteren erhalten die Veranstalter der Oscars Sponsorengelder von Marken, für die in den Werbepausen Werbung gemacht wird oder für Produkte, die während der Veranstaltung oder bei der After-Show-Party verkauft werden.[86]

Die MTV Video Music Awards sind was ihre genauen Kostenaufstellungen betrifft bedauerlicherweise nicht derart transparent wie das andere Fallbeispiels der Academy Awards. Es ließen sich von der Verfasserin dieser Arbeit keine genauen Zahlen zu den

[86] (Sun, 2013)

anfallenden Einzelkosten finden. Es lässt sich aber sagen, dass bei den VMAs lediglich die mehr bekannten Vertreter der Filmbranche ein Freiticket von den Veranstaltern erhalten. Selbst Vertreter der Branche, die bei der Preisverleihung für einen Award nominiert sind, müssen in der Regel ihr Ticket selbst zahlen. Da sich die Kosten dabei auf 450 bis 800 US-Dollar belaufen und Nominierte bei diesem Event oft noch unbekanntere Talente darstellen, können sich viele diese Kosten nicht leisten, um selbst vor Ort zu sein.[87]

Die Ticketpreise für die Öffentlichkeit belaufen sich auf im Schnitt 230 US-Dollar.[88] Allerdings muss unter diesem Gesichtspunkt beachtet werden, dass es sich bei den VMAs um ein Event handelt, welches nicht jedes Jahr überhaupt für die allgemeine Öffentlichkeit zugänglich ist. Wonach von offizieller Seite her entschieden wird, in welchem Jahr das Event frei zugänglich ist und in welchem nicht, ließ sich nicht herausfinden. Es wird allerdings davon ausgegangen, dass diese Entscheidung danach getroffen wird, ob die VMAs für das anstehende Jahr genug Sponsoren, Stargäste und andere Investitionen oder Einnahmequellen vorweisen können. Falls dies nicht der Fall ist, werden auch Tickets an die Öffentlichkeit verkauft, um die Veranstaltungskassen für die produzierten Ausgaben aufzufüllen.

Wenn in einem Jahr keine Besucher der Öffentlichkeit zu der Veranstaltung vor Ort zugelassen sind, wird davon ausgegangen, dass das Event über mehr Zusagen von VIPs verfügt beziehungsweise mehr persönliche Gäste dieser anwesend sein werden, weswegen keine weitere Plätze für private Personen frei sind. Im Zweifelsfall werden vereinzelte freie Plätze durch Seatfiller besetzt. Informationen darüber, wie es sich in der Realität tatsächlich verhält, sind nicht zugänglich.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die Veranstalter der Oscars was die Transparenz bei den Kosten betrifft, sich deutlich offener zeigen, als die der VMAs. Aus der vorhergehenden Analyse geht hervor, dass die Veranstaltungskosten der Academy Awards großzügig gedeckt sind, was letzten Endes auch ohne Tickets an die Öffentlichkeit zu verkaufen keine Schwierigkeit darstellt. Dafür sorgen nicht nur die direkten Einnahmen, sondern auch die, die über das ganze Jahr durch diverse organisierte Events generiert werden. Außerdem können die Oscars auf eine deutlich längere Tradition zurückblicken, als die MTV Video Music Awards. Dies führt zu einer allgemein höheren Angesehenheit bei den Menschen und das Event nimmt generell einen gänzlich anderen Stellenwert ein.

[87] (Yamato, 2015)
[88] (Ticketcity, 2018)

Die VMAs sind sehr undurchschaubar, was die genauen Kosten und Einnahmen betrifft. Zwar handelt es sich dabei um ein deutlich kleiner angelegtes Event als die Oscars, allerdings wäre eine höhere Transparenz dennoch wünschenswert, um eine genauere Kostenersparnis zu überprüfen und der Öffentlichkeit offener gegenüber zu stehen. Durch den regelmäßigen Ticketverkauf an die Öffentlichkeit werden dennoch zusätzliche Einnahmen generiert, die die Oscars zwar nachgewiesener Weise nicht zwingend notwendig hätten, allerdings lassen sich auf diese Art und Weise noch mehr Zuschauer anziehen und dem Event würde möglicherweise wieder mehr Wichtigkeit zugesprochen werden, nachdem die Zuschauerzahlen und die generelle Aufmerksamkeit auf das Event in den letzten Jahren nachgelassen hat.

Zu beachten gilt auch, dass gerade am Beispiel der Oscars festgehalten werden muss, dass die Tickets für die allgemeine Öffentlichkeit günstiger angesetzt werden müssten, als bei denen der VIPs. Es wird davon ausgegangen, dass für Privatpersonen ein Preis pro Ticket nicht über 100€ gehen darf, damit es für Besucher noch erschwinglich ist. Da davon ausgegangen wird, dass sich ein Ticket für VIPs deutlich über diesem Preis befindet, wäre die Öffnung des Events für die breite Öffentlichkeit ein enormer finanzieller Einbruch. Plätze, die bis dato für viel zahlende VIPs genutzt wurden, wären dann für Privatpersonen reserviert, die nur begrenzte finanzielle Mittel zur Verfügung haben.

Neben den Vorteilen einer live bei dem Event anwesenden Öffentlichkeit stellt diese allerdings auch einen großen Nachteil dar, da in bestimmten Notfällen die Live-Übertragung der jeweiligen Preisverleihung nicht unterbrochen werden kann, um die unbeabsichtigte Veröffentlichung von auftretenden Fehlern oder Skandalen zu vermeiden. Im Falle der VMAs ist zwar nicht hundertprozentig auszuschließen, ob eben solche Skandale nicht sogar geplant und beabsichtig eingebaut werden, allerdings handelt es sich wie im früheren Verlauf der Arbeit benannt bei den Academy Awards um ein seriöseres Event. Das bedeutet, dass dabei Fehler oder Skandale unbedingt vermieden werden wollen, da diese bei diesem Event alles andere als erwünscht sind. Nachdem es in der nahen Vergangenheit einen Fehler mit einem der Umschläge, in denen die Gewinnernamen der jeweiligen Kategorie vermerkt sind, gegebene hatte, wurden beispielsweise umgehend Maßnahmen ergriffen.[89] Dabei wurde beschlossen, die Umschläge noch stärker zu kontrollieren und es wurde auch darüber beratschlagt, ob die Live-Übertragung an die diversen TV-Sender in Zukunft nicht leicht zeitversetzt werden soll, damit solche Fehler noch rechtzeitig erkannt und der Öffentlichkeit vorent-

[89] (Robinson, 2018)

halten werden können. Solche Maßnahmen sind sobald eine breite Öffentlichkeit im Saal anwesend ist, nicht mehr möglich.

7 Fazit

Zusammengefasst lässt sich festhalten, dass die Örtlichkeiten für das jeweilige Event passend gewählt und der Veranstaltung entsprechend ausgesucht wurden. Das Bühnenbild passt zum jeweiligen Event und der Vorstellung dieser bei den Menschen, kann aber angepasst werden, um im Falle der Oscars auch jüngere Zuschauer anzuziehen, sowohl auch bei den VMAs, um ältere Menschen für das Format zu gewinnen. Es ließen sich zwar keine genauen Zahlen über die jährlich anwesenden Gäste herausfinden, allerdings sollte beachtet werden, dass die gewählte Location schnell zu klein werden kann. Von der Lage und Anbindung her sind die Austragungsorte gut ausgesucht und bieten keinen Spielraum für Verbesserungen.

Was die allgemeinen Kosten betrifft lässt sich dabei bei den VMAs leider wenig Aussage darüber treffen, ob Kosten eingespart werden können, darum wäre eine bessere Transparenz wünschenswert. Bei den Oscars werden sehr hohe Kosten für vergleichsweise nicht unbedingt notwendige teure Posten ausgegeben, die prinzipiell kleiner gehalten werden könnten. Dennoch haben die Oscars keine Schwierigkeiten mit der Finanzierung, da sie genug Unterstützung bekommen. Generell besteht dabei also keine Verbesserungsnotwendigkeit, aber es ginge kostenarmer. Aus diesen Gründen ist wohl auch keine Öffentlichkeit eingeplant. Möglicherweise auch, um eine gewisse Exklusivität zu waren.

Die Vermarktungsart ist bei beiden Events gänzlich unterschiedlich, was aber auch damit zu tun hat, dass es sich bei den Oscars um ein gänzlich eigenständiges Event mit gänzlich anderen Zielgruppen handelt, wohingegen die VMAs von einem Fernsehsender veranstaltet werden. Dabei wurde festgestellt, dass die Oscars noch klare Defizite in der Nähe zu der breiten Öffentlichkeit haben und erst langsam darauf basierende Veränderungen vornehmen wie beispielsweise in der Form des bald zu eröffnenden Museums. Die Academy könnte außerdem auch die jährlich vielfach stattfindenden Events wie beispielsweise die Filmscreenings nicht nur für Mitglieder der Academy zugänglich machen, sondern auch für die breite Öffentlichkeit. Generell sollten sich die Organisatoren bei ihrer Marketingstrategie mehr auf die allgemeine Bevölkerung fokussieren, um mehr Zuschauer und Aufmerksamkeit zu erhalten.

Nachdem die Zuschauerzahlen wie in dieser Arbeit festgestellt bei beiden Events stetig zurückgegangen sind, sollte eine Veränderung der VMAs und Oscars überdacht werden, um andere Zielgruppen ebenfalls anzusprechen. Daraus könnte eine breitere Zuschauerschaft angesprochen werden und die Beliebtheit der beiden Events deutlich aufgebessert werden. Zusätzlich könnte bei der Verbesserung der Zuschauerzahlen helfen, wenn die Events jeweils zu einer anderen Zeit im Jahr und Uhrzeit veranstaltet werden.

Außerdem sollte für die künftige Veranstaltung der Oscars bedacht werden, ob diese nicht in Zukunft besser gekürzt werden, um den Zuschauern in Zukunft nicht zu lange am Stück volle Aufmerksamkeit abzuverlangen.

Beide Events könnten einen besonderen Zuschauermagneten einführen, indem sie den Fans und Gästen aus der allgemeinen Öffentlichkeit mehr Nähe zu den Stars ermöglichen. Dabei könnten Elemente von den angesprochenen Fan-Conventions übernommen werden, indem beispielsweise spezielle Besucherpässe angeboten werden, die die Gäste der Events kaufen können, um ein Foto oder Autogramm mit ihrem Idol zu erwerben.

Literaturverzeichnis

Amosval. (2018). *Statuette Given Facelift Ahead Of Awards*. Abgerufen am 12. 5 2018 von http://amosval.com/oscar-statuettes/statuette-given-facelift-ahead-of-awards-oscar-statuettes/

Archive.org. (2018). *Wayback Machine seatfiller.com*. Abgerufen am 10. 05 2018 von https://web.archive.org/web/20170801000000*/http://seatfiller.com

Arnold, A. (26. 02 2017). *The economics of movie making: Is there any money left to be made in film?* Abgerufen am 17. 04 2018 von http://www.abc.net.au/news/2017-02-25/economics-of-movie-making/8292352

Bettig, R. V., & Hall, J. L. (2012). *Big Media, Big Money: Cultural Texts and Political Economics.* Rowman & Littlefield Publishers.

Bladen, C., Kennell, J., Abson, E., & Wilde, N. (2012). *Events Management: An Introduction.* Routledge.

Blistein, J. (17. 04 2018). *MTV VMAs Will Return to New York City*. Abgerufen am 01. 05 2018 von https://www.rollingstone.com/tv/news/mtv-video-music-awards-will-return-to-new-york-city-w519237

Bordwell, D., Thompson, K., & Smith, J. (2016). *Film Art: An Introduction.* McGraw-Hill Education.

Brownell, K. C. (28. 04 2014). *Hollywood and Politics*. Abgerufen am 22. 04 2018 von http://www.oxfordbibliographies.com/view/document/obo-9780199791286/obo-9780199791286-0195.xml

Carlos, B. R., & Van Der Wagen, L. (2004). *Event Management.* Pearson.

Cirisano, T. (07. 08 2017). *Miley Cyrus, Lorde, Ed Sheeran & More to Perform at the 2017 MTV Video Music Awards*. Abgerufen am 16. 05 2018 von

https://www.billboard.com/articles/events/vma/7890179/vmas-2017-performers-mtv

Company, T. M. (2018). *Radio City Music Hall*. Abgerufen am 21. 05 2018 von https://www.themadisonsquaregardencompany.com/our-company/our-brands/radio-city-music-hall/

Curran, W. (07. 12 2017). *2018 Event Trends That Will Shape the Events Industry*. Abgerufen am 29. 04 2018 von https://helloendless.com/2018-event-trends/

Dictionary, C. (2018). *Award*. Abgerufen am 30. 04 2018 von https://dictionary.cambridge.org/de/worterbuch/englisch/award

Edictive. (2018). *Influence of Film on Modern Society*. Abgerufen am 20. 04 2018 von http://edictive.com/blog/influence-of-film-on-modern-society/

Epstein, E. J. (2006). *The Big Picture: Money and Power in Hollywood.* Random House Trade Paperbacks.

Filmsite, A. (2018). *Timeline of Greatest Film Milestones and Turning Points in Film History*. Abgerufen am 16. 04 2018 von http://www.filmsite.org/1906-filmhistory.html

Gatrell, D. (31. 07 2017). *MTV's Moon Man Is Now "Moon Person" Because Science Isn't Their Strong Suit*. Abgerufen am 16. 05 2018 von http://newscult.com/mtvs-moon-man-now-moon-person-science-isnt-strong-suit/

Genadinik, A. (2015). *Event Planning: Management & Marketing For Successful Events: Become an event planning pro & create a successful event series.* CreateSpace Independent Publishing Platform.

Herstand, A., & Sivers, D. (2016). *How To Make It in the New Music Business: Practical Tips on Building a Loyal Following and Making a Living as a Musician.* Liveright.

History. (2018). *Hollywood*. Abgerufen am 16. 04 2018 von https://www.history.com/topics/hollywood

Huang, B. (24. 08 2015). *What Kind of Impact Does Our Music Really Make on Society?* Abgerufen am 24. 04 2018 von http://blog.sonicbids.com/what-kind-of-impact-does-our-music-really-make-on-society

Jones, D. (2018). *Music and the brain*. Abgerufen am 03. 05 2018 von https://drjonesmusic.me/2017/08/29/music-and-the-brain-online-discussion-1/

Kash, J. (2018). *3 Event Management Banner Ads Design Tips*. Abgerufen am 10. 5 2018 von https://www.designhill.com/design-blog/3-event-management-banner-ads-design-tips/

Kilian, K. (2018). *Erlebnismarketing*. Abgerufen am 27. 04 2018 von http://www.absatzwirtschaft.de/markenlexikon/erlebnismarketing-2/

Kinn, G., & Piazza, J. (2014). *Academy Awards®: The Complete Unofficial History -- Revised and Up-To-Date.* Black Dog & Leventhal.

Kirchgeorg, M. (2018). *Erlebnismarketing*. Abgerufen am 27. 04 2018 von https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/erlebnismarketing-33166

Kroker, M. (30. 08 2017). *Erstmals mehr als 3 Milliarden Social-Media-Nutzer – 40 Prozent der Weltbevölkerung*. Abgerufen am 02. 05 2018 von http://blog.wiwo.de/look-at-it/2017/08/30/erstmals-mehr-als-3-milliarden-social-media-nutzer-40-prozent-der-weltbevoelkerung/

Leon, P.-H. (20. 08 2013). *Talent agencies at the heart of the Hollywood system*. Abgerufen am 18. 04 2018 von https://www.inaglobal.fr/en/cinema/article/talent-agencies-heart-hollywood-system

Levy, E. (2001). *Cinema of Outsiders: The Rise of American Independent Film.* New York University Press.

Live, J. (2018). *MADONNA 1998 MTV EMA AWARDS TROPHY*. Abgerufen am 20. 05 2018 von https://www.julienslive.com/view-auctions/catalog/id/134/lot/57326/MADONNA-1998-MTV-EMA-AWARDS-TROPHY

Love, T. (2018). *The Importance of Music*. Abgerufen am 25. 04 2018 von http://www.tinylove.com/en/articles/the-importance-of-music

M, A. (22. 02 2011). *Effects of Music on Society* . Abgerufen am 25. 04 2018 von http://www.teenink.com/college_guide/college_essays/article/300582/Effects-of-Music-on-Society/

Maddaus, G. (02. 03 2018). *Oscars Security: LAPD Will Have Over 500 Officers On Hand at Red Carpet*. Abgerufen am 05. 05 2018 von http://variety.com/2018/film/awards/oscars-security-2018-red-carpet-1202716110/

Magazin, E. (11. 01 2018). *Event-Trends 2018*. Abgerufen am 28. 04 2018 von https://www.events-magazin.de/event-trends/event-trends-2018/

MANAGEMENT, P. C. (2008). *PROFESSIONAL MEETING MANAGEMENT: COMPREHENSIVE STRATEGIES FOR MEETINGS, CONVENTIONS AND EVENTS.* Kendall Hunt Publishing.

Mbe, V. S. (19. 06 2011). *The Role of Film in Society*. Abgerufen am 22. 04 2018 von https://thoughteconomics.com/the-role-of-film-in-society/

McCartney, J. (25. 06 2013). *The brutal truth about violence in the movies*. Abgerufen am 21. 04 2018 von https://www.telegraph.co.uk/culture/film/film-news/10141229/The-brutal-truth-about-violence-in-the-movies.html

Meaningful, M. M. (16. 07 2008). *The Powerful Role of Music in Society*. Abgerufen am 24. 04 2018 von https://musicmagic.wordpress.com/2008/07/10/music-in-society/

Meyer, T. (2016). *Reise durch die Stadt der Engel.* Books On Demand.

Morpus, N. (14. 11 2014). *3 Event Management Trends You Need to Know for 2018*. Abgerufen am 27. 04 2018 von https://blog.capterra.com/3-event-management-trends-you-need-to-know-for-2018/

MSG. (2018). *SPECTACULAR STARTS HERE*. Abgerufen am 03. 05 2018 von https://www.msg.com/radio-city-music-hall

MTV. (2018). *EMA*. Abgerufen am 01. 05 2018 von http://www.mtvema.com/de-de

MTV. (2018). *VMA 2018*. Abgerufen am 01. 05 2018 von http://www.mtv.com/vma

Musikindustrie, B. (2018). *Umsatzentwicklung der deutschen Musikindustrie 1984-2015*. Abgerufen am 16. 5 2018 von http://www.musikindustrie.de/fileadmin/bvmi/upload/02_Markt-Bestseller/MiZ-Grafiken/2015/bvmi-miz15-ein-blick-zurueck-2015-umsatzentwicklung-musikindustrie-300dpi.jpg

News, B. (11. 12 2017). *Kevin Spacey timeline: How the story unfolded*. Abgerufen am 24. 04 2018 von http://www.bbc.co.uk/news/entertainment-arts-41884878

Nicholson, A. (06. 03 2018). *Oscar, were you always so political?* Abgerufen am 23. 04 2018 von https://www.washingtonpost.com/news/posteverything/wp/2018/03/06/oscar-were-you-always-so-political/?noredirect=on&utm_term=.1644fcc8312e

Nicolaou, E. (31. 01 2018). *This Is What Being A Seat Filler At The Academy Awards Is Like*. Abgerufen am 07. 05 2018 von https://www.refinery29.com/2018/01/189571/oscars-seat-filler-academy-awards-interview

O'Connell, M. (05. 03 2018). *TV Ratings: Oscars Drop to All-Time Low 26.5 Million Viewers*. Abgerufen am 20. 05 2018 von

https://www.hollywoodreporter.com/live-feed/tv-ratings-oscars-eye-new-low-early-numbers-1091636

O'Connor, R. (19. 11 2017). *Harvey Weinstein had 'secret hitlist' of film industry figures to keep sex scandal from going public*. Abgerufen am 23. 04 2018 von https://www.independent.co.uk/news/world/americas/harvey-weinstein-hitlist-sex-scandal-hollywood-film-industry-names-who-was-on-it-rose-mcgowan-a8063556.html

Online, S. (03. 03 2018). *Tut uns leid, aber ihr habt gewonnen*. Abgerufen am 30. 04 2018 von http://www.spiegel.de/kultur/kino/goldene-himbeere-2018-das-sind-die-schlechtesten-filme-des-jahres-a-1196338.html

Online, S. (03. 03 2018). *Tut uns leid, aber ihr habt gewonnen*. Abgerufen am 30. 04 2018 von http://www.spiegel.de/kultur/kino/goldene-himbeere-2018-das-sind-die-schlechtesten-filme-des-jahres-a-1196338.html

Osborne, R. (2013). *85 Years of the Oscar: The Official History of the Academy Awards.* Abbeville Press.

Oscars. (2018). *Events*. Abgerufen am 20. 05 2018 von http://www.oscars.org/events

Passman, D. S. (2015). *All You Need to Know About the Music Business: Ninth Edition.* Simon & Schuster.

Patten, D., & D'Alessandro, A. (18. 03 2018). *Oscar Security Tight With LAPD Bomb Squad & Feds In Attendance*. Abgerufen am 06. 05 2018 von http://deadline.com/2018/03/oscar-security-tight-lapd-bomb-squad-feds-in-attendance-1202310800/

Perkins, M. (25. 08 2017). *Stufish Set Renderings For 2017 VMAs On Sunday*. Abgerufen am 05. 05 2018 von http://www.livedesignonline.com/concerts/stufish-set-renderings-2017-vmas-sunday

Pictures, A. M. (2018). *Go Inside The Movies*. Abgerufen am 13. 05 2018 von https://www.academymuseum.org/?ref=oscars.org

Raj, R., Walters, P., & Rashid, T. (2013). *Events Management: Principles and Practice.* SAGE Publications Ltd.

Ramanathan, L. (31. 08 2015). *The MTV Video Music Awards 'scandals': From Madonna and Britney to Kanye and Miley*. Abgerufen am 25. 04 2018 von https://www.independent.co.uk/arts-entertainment/music/features/the-mtv-video-music-awards-scandals-from-madonna-and-britney-to-kanye-and-miley-10480286.html

Reporter, T. H. (22. 02 2015). *How to Become a Seat Filler at the Oscars*. Abgerufen am 08. 05 2018 von https://www.hollywoodreporter.com/news/how-become-a-seat-filler-776954

Robinson, J. (22. 01 2018). *The Oscars Have an Intense, Six-Step Plan to Avoid Another Envelope Disaster*. Abgerufen am 20. 05 2018 von https://www.vanityfair.com/hollywood/2018/01/oscars-envelope-new-rules-moonlight-la-la-land

Roth, M. (22. 08 2014). *HOW TO BE AN EXPERT AWARD SHOW SEAT FILLER*. Abgerufen am 09. 05 2018 von http://www.mtv.com/news/1907773/award-show-seat-filler/

Ruggiero, N. (27. 12 2016). *Secrets of Radio City Music Hall*. Abgerufen am 17. 05 2018 von https://www.amny.com/secrets-of-new-york/secrets-of-radio-city-music-hall-1.8047124

Rundfunk, B. (12. 08 2015). *Musik als Medizin*. Abgerufen am 03. 05 2018 von https://www.br.de/themen/wissen/musik-forschung-therapie-medizin-100.html

Rundfunk, B. (16. 01 2018). *Musik in der Hirnforschung*. Abgerufen am 03. 05 2018 von https://www.br.de/themen/wissen/musik-forschung-hirnforschung-100.html

Schulz-Hofen, J. (2018). *Projektmanagement*. Abgerufen am 27. 04 2018 von https://www.gruenderszene.de/lexikon/begriffe/projektmanagement

Schütte, S. (2018). *Projektmanagement*. Abgerufen am 25. 04 2018 von https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/projektmanagement-pm-46130

Sciences, A. o. (2018). *Academy Museum*. Abgerufen am 10. 5 2018 von https://www.oscars.org/news/tag/academy-museum

Sciences, A. o. (2018). *Events*. Abgerufen am 20. 05 2018 von http://www.oscars.org/events

Sciences, A. o. (2018). *Oscar Statuette*. Abgerufen am 03. 05 2018 von http://www.oscars.org/oscars/statuette

Sierra, C. (18. 08 2013). *What is a Mini-Major Studio?* Abgerufen am 19. 04 2018 von http://filmescape.com/what-is-a-mini-major-studio

Statista. (2018). *Umsatzanteile der größten Musikmärkte weltweit im Jahr 2013*. Abgerufen am 18. 4 2018 von https://de.statista.com/statistik/daten/studie/256330/umfrage/umsatzanteile-der-groessten-musikmaerkte-weltweit/

Sun, R. (21. 02 2013). *Oscarnomics: What It Costs to Create the Academy Awards Extravaganza*. Abgerufen am 20. 05 2018 von https://www.hollywoodreporter.com/news/oscars-what-costs-create-academy-422001

Theatre, D. (2018). *About the Dolby Theatre*. Abgerufen am 16. 05 2018 von http://dolbytheatre.com/about/about-the-dolby-theatre/

Thompson, K. (2007). *The Frodo Franchise: The Lord of the Rings and Modern Hollywood.* University of California Press.

Ticketcity. (2018). *Award Show Tickets*. Abgerufen am 19. 05 2018 von https://www.ticketcity.com/award-shows.html

VIP. (02. 03 2018). *scars 2018: Die Bühne im Dolby Theatre wird pompös wie nie zuvor*. Abgerufen am 03. 05 2018 von https://www.vip.de/cms/oscars-2018-die-buehne-im-dolby-theatre-wird-pompoes-wie-nie-zuvor-4144699.html

Vito, D. (31. 08 2016). *I Was That VMAs Seat Filler Who Danced Near Beyoncé*. Abgerufen am 09. 05 2018 von https://www.cosmopolitan.com/entertainment/celebs/news/a63566/vma-seat-filler-who-danced-near-beyonce/

Volke, D., & Eikmanns, F. (05. 04 2018). *Wie sich die "MeToo"-Debatte entwickelt hat*. Abgerufen am 24. 04 2018 von http://www.sueddeutsche.de/leben/gleichberechtigung-wie-sich-die-metoo-debatte-entwickelt-hat-1.3932250

Walker, M. (2018). *The Event Trends That Will Shape Your 2017: Over 50 Expert Predictions*. Abgerufen am 28. 04 2018 von https://www.eventbrite.co.uk/blog/event-trends-2017-ds00/

Wiley, M. (1988). *Inside Oscar: The Unofficial History of the Academy Awards - Revised.* Ballantine Books.

Wirtschaftslexikon. (2018). *Erlebnis-Marketing*. Abgerufen am 27. 04 2018 von http://www.wirtschaftslexikon.co/d/erlebnis-marketing/erlebnis-marketing.htm

Witt, S. (2016). *How Music Got Free: A Story of Obsession and Invention.* Penguin Books.

Yamato, J. (19. 08 2015). *MTV Is Pricing These VMA Nominees Out of Tickets to the VMAs*. Abgerufen am 18. 05 2018 von https://www.thedailybeast.com/mtv-is-pricing-these-vma-nominees-out-of-tickets-to-the-vmas

Eigenständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht. Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

Ort, Datum Vorname, Nachname