

High Concept

Der Begriff der *High Concept* wurde in der Filmindustrie selbst geprägt (u.a. wird Michael Eisner als Erfinder des Begriffs angesehen). Dabei handelt es sich um eine Marketing-Strategie, die sich ab Mitte der 1970er Jahre mit Filmen wie *Jaws* (1975) und *Star Wars* (1977) etablierte. Ansatzpunkt der Vermarktung ist dabei die Story, die sich in fünfundzwanzig Worten zusammenfassen oder sogar nur durch die Nennung des Titels evozieren lassen soll (wie etwa bei *Jaws*, USA 1975, Steven Spielberg). Die unmittelbare Eingängigkeit solcher Geschichten basiert darauf, dass ihnen bekannte Ereignisse, Genrekonventionen oder auch *stock situations* des Erzählens zugrunde liegen. Dabei wird der Inhalt des Erzählten konsequent mit Star-Power, Merchandising und anderen Marketingmaßnahmen integriert.

High Concept kann dabei als eine post-klassische Filmform gesehen werden, in der Filmform und -inhalt bewusst an die Ansprüche des Marketing angepasst werden. In der Produktpolitik zählte in den High-Concept-Filmen der 1980er Jahre die ausgefallene Repräsentation in Form von Set Design und Spezialeffekten mehr als inhaltliche Tiefe. Zugeschnitten auf die Strategien der Filmwerbung muss sich die Story eines Films in wenigen Sätzen replizieren lassen, damit der Film entsprechend in Trailern, Teasern oder auf Postern vermarktet werden kann. Die Distributionspolitik (*Release Strategy*) basiert darauf, dass ein Film begleitet durch massive Print- und Rundfunkwerbung auf einer möglichst großen Anzahl an Leinwänden gestartet wird (*Wide Release, Saturation Release*). Das High Concept bleibt dabei nicht mehr nur auf die Filme der 1980er Jahre beschränkt, sondern kann auch heute noch – angepasst an die Entwicklung der Filmindustrie – als ein zentrales Element der Vermarktung hoch budgetierter Filme gesehen werden.

Literatur: Lacey, Nick: *Media Institutions and Audiences. Key Concepts in Media Studies*. Houndsmill, New York: Palmgrave 2002. – Maltby, Richard: *Nobody Knows Everything. Post-Classical Historiographies and Consolidated Entertainment*. In: Neale, Steve / Smith, Murray (eds.): *Contemporary Hollywood Cinema*. London/New York: Routledge 1998, S. 21-44. – Wyatt, Justin: *High Concept. Movies and Marketing in Hollywood*. Austin: University of Texas Press 1994.

Referenzen

[Event-Movie; low concept](#)

From:

<http://filmlexikon.uni-kiel.de/> - **Das Lexikon der Filmbegriffe**

Permanent link:

<http://filmlexikon.uni-kiel.de/doku.php/h:highconcept-3831>

Last update: **2012/01/27 19:03**

