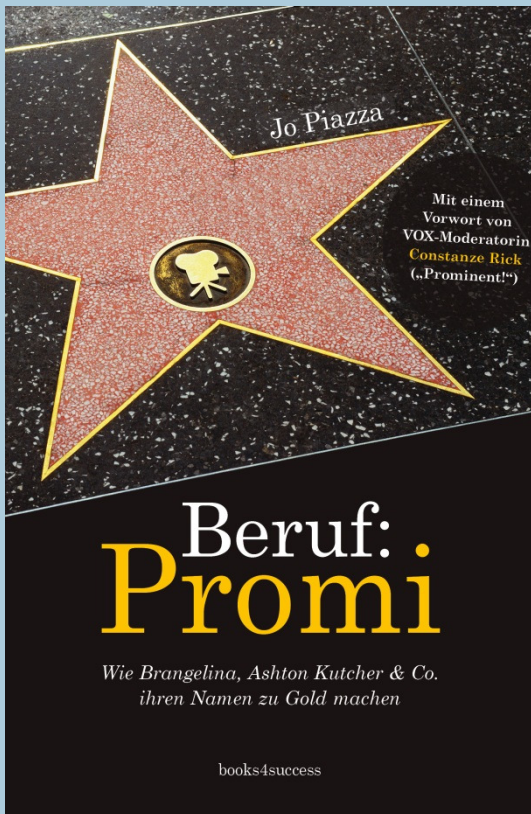


Faszinierende Fallstudien, die hinter die Kulissen des Promi-Geschäftes schauen, besser als ein Analyst es bei einem Unternehmen tun könnte



Warum ähnelt der Verkauf des Fotos von Brangelinas Baby ein wenig dem Verkauf von Drogen auf der Straße? Was hat die Bush-Ära mit dem Erfolg von Kim Kardashian zu tun?

Nach über zehn Jahren im Geschäft beantwortet Wirtschafts- und Promi-Journalistin Piazza eine Frage, die Millionen von Otto Normalverbrauchern unter den Nägeln brennt: Worum geht es im Promi-Business wirklich?

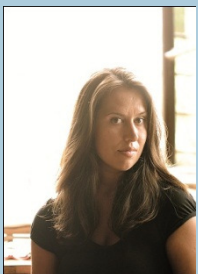
Berühmt zu sein ist ein hartes Geschäft. Nie zuvor war der Promimarkt so gesättigt wie heute. Täglich erwerben die meisten von uns etwas, das ein Promi unter seinem Namen verkauft: einen Duft, Schuhe, einen Song, einen Film oder ein Foto in einem Magazin. Journalistin Jo Piazza hat direkten Zugang zu diesem Markt der Promis. Im Buch beschreibt sie detailliert, was genau in der Promibranche einen Wert darstellt, der sich vergolden lässt – und was diesen Wert schneller vernichten kann, als ein Starlet Champagner schlürft.

„Manche Promis machen nach ihrem Tod mehr Geld als unsereins im ganzen Leben.“ Jo Piazza

BIBLIOGRAFISCHE DATEN

Piazza, Jo: *Beruf: Promi. Wie Brangelina, Ashton Kutcher & Co. ihren Namen zu Gold machen.*

Preis: 19,90 € (A: 20,50 €) | 224 Seiten/broschiert | ISBN: 978-3-864700-48-4 | Kulmbach, September 2012



Jo Piazza startete ihre Karriere als Redakteurin bei der *New York Daily News* – nach ihrem Abschluss in Wirtschaft an der University of Pennsylvania und dem Master in Journalismus an der Columbia University. Ihre Kolumne *Celebenomics* auf der PopEater-Website von AOL avancierte zum Kult. Außerdem schreibt sie für die *New York Times* und das *Wall Street Journal* und arbeitet häufig als Kommentatorin für *CNN*, *Fox News* und *MSNBC*.