

Entertainment Marketing

Product Integration: Was ist alles möglich?

Eine Gesamtübersicht soll die Vielfalt der Product Integration-Massnahmen verdeutlichen:

Kriterium	Placement	Vorgehensweise	Praktisches Beispiel
Technik	Optisch	Sichtbare Darstellung von Produkten in Film-, Fernsehproduktionen oder Print	Red Bull im Film „Snow White“
	Akustisch	Nennung oder Erwähnung des Produktes im Dialog oder Statement	„Konntest du mir keinen Porsche organisieren?“ – Film „Broken Flowers“
Objekt	Konkretes Produkt	Integration eines Marken Produkts in der Handlung	Figur Wilson (Fed Ex) in „Cast Away“
	Unternehmen	Ein bestimmtes Unternehmen wird in die Handlung integriert	Versicherung „Die Mobiliar“ im Film „Mein Name ist Eugen“
	Warengruppe	Eine Warengattung wird in den Vordergrund gestellt	Darsteller konsumieren im Film Tafelwasser (Brand wird aber nicht gezeigt)
	Image	Inhalt einer Produktion wird speziell auf eine Marke/Produkt/Dienstleistung zugeschnitten	Film „Top Gun“ als Imagekampagne der US-Navy
	Innovation	Einbindung einer Produktneuheit in eine Produktion als Unterstützung bei klassischer Produkteinführung	Mobile Telefone in den Filmen zu der Zeit, als sie noch eine Seltenheit waren
	Geografischer Ort/Land	Gewinnung von Touristen/Imagearbeit durch Placement geografischer Orte	Nach dem Spielfilm „The Beach“ wurde Thailand zu einem beliebten Reiseziel
	Idee/Meinung	Idee oder Meinungen als Objekte von Platzierungen	Steigerung der AIDS-Awareness durch Thematisierung in den Soaps
Intensität	On Set	Produkt befindet sich als Requisite im Bild	Flasche Cola auf einem Tisch in der Szene
	Creative	Objekte werden durch kreative Inszenierung zum aktiven Bestandteil einer Handlung	BMW Z3 in James Bond: Optisches und akustisches Placement und Teilnahme an der Handlung

Quelle
Creative Assets (2006)
<http://www.creative-assets.com>