

Tipps für Product Placement

Ein On Set Placement bewirkt nur eine kurzzeitige Aktivierung der Markenbekanntheit:

Geeignet für: Äusserst bekannte Produkte
Aktivierung bereits vorhandenen Bekanntheit

Ungeeignet für: Einführung neuer Produkte
Einführung von Innovationen
Produkte mit geringem involvement

Ein Creative Placement involviert den Zuschauer im starken Masse:

Geeignet für: Imagesteuerung
Steigerung der Markenbekanntheit
Vorbereitung der Einführung von Innovationen

Risiken des Filmplacements müssen bedacht und abgewogen werden. Diese sind:

- Film erreicht nicht die gehoffte Popularität
Realistisch einschätzen
Entertainment Marketing kann auch nur ein Kommunikationsvehikel sein
- Produkt fällt beim Schneiden weg? keine Kampagne
Um das Risiko maximal zu senken, muss darauf geachtet werden, wo genau man das Produkt platziert. Es müssen wichtige Figuren und Szenen gewählt werden, die nicht aus der Geschichte gestrichen werden können. Dabei ist eine Integration in die Handlung von Vorteil.
- Film erscheint zum falschen Zeitpunkt
Es kann passieren, dass ein Filmstart verschoben wird. Daher kann es wichtig sein auch die klassische Massnahmen anzupassen.

Intensität anstreben

Teuere Placements müssen sich auszahlen. Dementsprechend soll das Produkt bei hohen Kosten vollkommen in das Skript integriert sein.

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