

PRODUCT PLACEMENT – HIER KÖNNTE DEINE WERBUNG STEHEN



Veröffentlicht am 18. Oktober 2018 von Karishma

Superhelden fahren Mercedes und Influencer posieren mit Waschmittel. Der Grund: Product Placement. Mit unauffälliger Produktplatzierung kannst Du Deine Produkte gezielt bewerben und Deine Markenbekanntheit steigern. Was genau Product Placement ist und wie das funktioniert, erfährst Du hier.

Superhelden fahren Mercedes, gegen Hangover helfen Louis Vuitton Taschen und Influencer posieren mit Waschmittel. Der Grund: **Product Placement**. Mit unauffälliger Produktplatzierung in Filmen, Serien oder auf Social Media kannst Du Deine Produkte gezielt vermarkten und Deine Markenbekanntheit steigern. Wie genau das funktioniert, zeigen wir Dir hier.

Freu Dich auf erfolgreiche und auch peinliche Product Placement Beispiele. Film ab!

WAS IST PRODUCT PLACEMENT?

Product Placement oder auch Produktplatzierung ist die gezielte und meist **unauffällige Platzierung** von Marken, Produkten oder Unternehmen in verschiedenen Medien. Dabei wird Werbung weniger aufdringlich als herkömmliche Werbemaßnahmen in den Content eingebettet. Diese Art der Werbeintegration in Filmen, Serien, Videos oder Fotos wird von der jeweiligen Zielgruppe

unterschwellig wahrgenommen und meist nicht als störend empfunden.

Mittlerweile werden wir überall von Werbung überflutet: sind wir an dem jeweiligen Produkt nicht interessiert, ignorieren wir die Werbung einfach. Gerade **Werbeunterbrechungen** im TV nutzen wir, um in der Zeit etwas anderes zu machen wie beispielsweise zu einem anderen Sender zu switchen. Mit Pay-TV und Streaming-Diensten können wir Werbung inzwischen fast komplett umgehen. Videoportale wie YouTube reagieren mit [Premium Mitgliedschaften](#) auf die allgemeine Werbe-Abscheu. Product Placement stellt daher eine „natürliche“ Art der Werbung dar: **unauffällig, indirekt, unterbewusst**. Bei einem spannenden **Film** schaltet niemand weg, wenn der Filmheld beispielsweise ein MacBook Air benutzt oder mit einem schicken Sportwagen der **Marke** Mercedes-Benz die Welt vor dem Bösen bewahrt.

Es gibt zwei Arten von Product Placements: zum einen die Produktplatzierung gegen Entgelt und zum anderen die **Produktbeistellung**. Das heißt, dass entweder das jeweilige Unternehmen bzw. die jeweilige Marke für die Platzierung zahlt oder die Produkte kostenfrei zur Verfügung stellt und im Gegenzug die kostenlose Werbung erhält.

PRODUCT PLACEMENT IST GEFRAGT

Product Placement bietet Deinem Unternehmen die Chance, die **Aufmerksamkeit** der Zielgruppe unterbewusst zu erlangen und sich so den Weg in das **Bewusstsein** Deiner potenziellen Kunden zu bahnen.

Produkte werden heute nicht mehr einfach nur in Filmen als Requisiten platziert, sondern direkt **in die Handlung integriert**. Werbung und **Unterhaltung** werden so verknüpft. Die **Aufnahmebereitschaft** des Publikums ist um ein Vielfaches höher und es erfolgt eine sehr **subtile Beeinflussung** des Empfängers.

Studien

belegen den positiven Effekt: Die

Emotionen, welche die Zielgruppe mit dem Inhalt der Sendung, Film, etc. oder dem Image des Protagonisten verbinden, werden auf die jeweiligen integrierten Produkte und Marken übertragen. Die Konsumenten speichern unterbewusst die **positiven Assoziationen**

ab. So kannst Du mit gezielter Produktplatzierung Deine **Brand**

Awareness

(Markenbekanntheit) erhöhen.

Vor allem im Kino haben Produktplatzierungen eine lange **Tradition**. Gerade bei international ausgerichteten Filmen profitieren Unternehmen von der weltweiten Präsenz ihrer platzierten Produkte.

PRODUKTPLATZIERUNG VS. SCHLEICHWERBUNG

Ob es sich um Product Placement oder Schleichwerbung handelt, ist davon abhängig, wie **transparent** die Platzierung ist: Schleichwerbung bezeichnet **versteckte Werbung** – also Werbung, die nicht als solche gekennzeichnet ist. In dem Fall kann der Zuschauer oder User nicht eindeutig unterscheiden, ob es sich um normale Inhalte oder um kommerzielle Werbung handelt. Daher muss auf die Produktplatzierung **immer hingewiesen** werden: sowohl im TV als auch online funktioniert das mit dem Vermerk „Unterstützt durch Produktplatzierungen“ und bei Social Media Beiträgen (zum Beispiel Instagram) mit dem Hinweis „Werbung“. Bei Filmen und Serien kann die Werbemarkierung im Abspann erfolgen, während bei Serien und Social Media Posts die Produktplatzierung direkt gekennzeichnet werden muss. Außerdem darf nicht unmittelbar zum Kauf des platzierten Produktes aufgefordert werden.

INFLUENCER MARKETING & PRODUCT PLACEMENT

Was genau ist **Influencer Marketing**? Bei dieser Werbemöglichkeit arbeiten Unternehmen mit **Influencern** – also Personen, die mit ihrer starken Online Präsenz und ihrem hohen Ansehen andere bzw. ihre **Community** beeinflussen – zusammen. Für die gezielte Produktplatzierung und -empfehlung in YouTube Videos oder Instagram Postings zahlen sie teilweise hohe Beträge an die Social Media Stars und senden ihnen Produkte im Wert von mehreren hundert bis tausend Euro gratis zu. Mit Influencer Marketing profitieren Unternehmen von der hohen **Reichweite, Beliebtheit**

und vor allem von der **Glaubwürdigkeit** der Influencer. Aufgrund der persönlichen Beziehung zwischen Influencer und Follower vertrauen diese der Meinung Ihres Social Media Stars. In beispielsweise Fashion Hauls auf YouTube oder Lifestyle Tipps auf Instagram und Facebook präsentieren Influencer die zugesandten Produkte und **empfehlen** diese. Die Inszenierung wird ihnen meistens komplett überlassen. Oftmals erhalten Influencer spezielle Rabattcodes, die sie an ihre Community weitergeben, um so den Kauf zu fördern. Zahlreiche Teenies schauen zum Beispiel den YouTube Kanal von der deutschen [Influencerin Bibi](#), verfolgen ihre Beauty- und Lifestyle Tipps und kaufen die Produkte, die sie empfiehlt.

Bei Product Placements ist zudem zu beachten, dass die Produkte bzw. Marken zu dem jeweiligen Influencer und seinem Themenbereich **passen** sollten, da andernfalls die Glaubwürdigkeit darunter leidet. Mittlerweile gibt es sogar Online Plattformen und Agenturen, die Influencer und Unternehmer zusammenbringen und Product Placements arrangieren.

Wie bereits erwähnt sind Produktplatzierungen und somit eine Kooperation mit einer Marke auch bei Instagram oder YouTube mit dem Vermerk „Werbung“ oder „Anzeige“ zu kennzeichnen. Der Hinweis muss sowohl in die Infobox als auch direkt auf dem jeweiligen Video gesetzt werden. YouTube stellt Werbetreibenden und Influencern mittlerweile sogar Funktionen zur Kennzeichnung von Product Placements zur Verfügung.

Bei Instagram sollte die Post Beschreibung als erstes mit „Anzeige“ starten und

Hashtags

wie „Werbung“ oder „Sponsored“ beinhalten, um die User über die Produktplatzierung zu informieren. Neuerdings kann der Zusatz „bezahlte Partnerschaft mit [...]“ verwendet werden.

Product Placements im Influencer Marketing zeigen, dass Produktplatzierungen in sozialen Medien oftmals eher auffällig – und somit konträr zur eigentlichen Intention von Product Placement – sind, da die Influencer ihre Posts und Videos direkt als Werbung markieren müssen. Dass Produktplatzierungen auch manchmal fragwürdig und unpassend sein können, zeigen wir Dir mit Freude [an späterer Stelle](#) ;)

KURZER EXKURS

Das Ausstatten von Stars und Influencern mit beispielsweise Kleidung oder Schmuck geht in Richtung **Sponsoring**. Dabei erhalten diese Produkte von Unternehmen – entweder kurzfristig für bestimmte Events oder aber über einen längeren Zeitraum. Die Gegenleistung ist natürlich, dass die Stars die Produkte tragen oder verwenden, um so auf die Marke aufmerksam zu machen. Bewerben die Influencer die zugesandten Artikel auf Social Media oder YouTube sind wir wieder bei Product Placement bzw. Influencer Marketing. Die Grenzen sind also fließend.

ERFOLGREICHE PRODUKTPLATZIERUNGEN

Fangen

wir mit den erfolgreichen Product Placements aus Film und Fernsehen an, bevor wir zu den eher fragwürdigen Platzierungen mit hohem Fremdschämfaktor übergehen:

JAMES BOND – MITARBEITER DES MONATS

In dem Film „**Spectre**“ (2015) fährt der Geheimagent einen DB10 der Marke **Aston Martin**, ein extra für den Bond Film entworfenes Modell. Für den britischen Automobilhersteller sichern die Filmreihe und der Actionheld eine sehr hohe internationale Reichweite, die mit herkömmlicher Werbung kaum zu erreichen ist. Schon seit 50 Jahren arbeitet Aston Martin mit der 007-Produktion zusammen und kann mit Erfolg sagen, dass James Bond der beste Autoverkäufer und Mitarbeiter des Monats ist.



Product Placement in Spectre (2015)

Doch nicht nur teure Autos werden in der Filmreihe platziert, sondern auch Designerkleidung und alkoholische Drinks verschiedener Marken.

Der Film „Spectre“ präsentiert Product Placement im Übermaß: „Experten schätzen, dass die Filmemacher etwa zwei Drittel der **Produktionskosten** von 270 Millionen Euro allein durch bezahlte Produktplatzierungen wieder hereingeholt haben.“ schrieb der Stern in einem Artikel über Product Placement in „Spectre“ unter dem Titel „[Mit diesen Firmen steigt Bond ins Bett](#)“.

Ein gutes Beispiel dafür, dass Produktplatzierung auch Filmproduktionskosten (teilweise) decken kann.

SUPERHELDEN FAHREN MERCEDES

Im Kinofilm „**Justice League**“ (2017) retten

die Superhelden Batman, Wonder Woman, Aquaman, The Flash und Cyborg die Welt in **Mercedes Benz**

Autos vor einer

Katastrophe. Eines der Modelle wurde extra mit einem für den Film konzipierten Interieur ausgestattet. Zahlreiche Marketing Maßnahmen seitens Mercedes Benz begleiteten den Kinostart des Actionfilms – darunter: Online- und Printwerbung, TV-Spots und Social Media Aktivitäten wie Comic-Stories auf Instagram. Das Unternehmen selbst geht offen damit um, dass es eine Partnerschaft mit **Warner Bros. Pictures** eingeht

und die Ausstattung der DC-Comic-Helden mit Mercedes Fahrzeugen eine Marketingkampagne darstellt.

IST ES PRODUCT PLACEMENT ODER ZUFALL?

Nicht immer sind Product Placements ein abgekatertes Spiel: In **Hangover 2** (2011) wird in einer Filmszene eine **Louis Vuitton** Tasche im Eifer des Gefechts vom Sitz geworfen. Daraufhin regte sich einer der Hangover Boys auf und nennt sogar den Markennamen: „So darf man mit einer Tasche von Louis Vuitton nicht umgehen!“.



Product Placement in Hangover (2011)

Die Marke Louis Vuitton hatte allerdings nichts mit der Produktplatzierung zu tun: es handelte sich nicht um ein bezahltes Product Placement, sondern wohl um puren Zufall und sogar um **Schleichwerbung**. Ein Sprecher des Labels gab sogar an, dass es sich bei der Tasche um eine **Fälschung** handeln würde. Nichtsdestotrotz: super Werbung für die französische Luxusmarke - und sogar kostenlos.

PEINLICHE PRODUCT PLACEMENTS

Erfolgreiche Product Placements hast du ja bereits kennen gelernt. Kommen wir nun zu den eher unpassenden und peinlichen Produktplatzierungen:

MEIN WASCHMITTEL UND ICH

Sie sorgten für Spott und Kritik: die Instagram Influencer Kampagnen von Coral und Perwoll. Die Social Media Stars wussten scheinbar nicht so recht, wie sie das Waschmittel unauffällig in ihren Alltag integrieren sollten:



joern_schloenvoigt • Folgen

joern_schloenvoigt Werbung : Egal ob Business oder Sportkleidung , damit können sogar Männer richtig gut waschen ;-)
#werbung
#coralcares #coralliebtdeinekleidung
#hausmann2.0 #sponsored
#Produktplatzierung

Weitere Kommentare laden

mandy0684 Kaum unglaublich dieses productplacement 🍷

marinabmufc Sweet 😊

ninasscharfekrallen_ninasclaws Schicke Küche 🍷

ninasscharfekrallen_ninasclaws Schicke Küche 🍷

hoesendunja Wenn es so gut ist dann kannst auch meine Wäsche waschen 😂😂😂



Gefällt 6.609 Mal

16. JUNI 2017

Product Placement Coral auf Instagram, GZSZ-Star Jörn Schlönvoigt

Bei der **Coral Marketing-Kampagne** unter dem Hashtag **#coralliebtdeinekleidung** haben nicht alle Influencer abgewogen, ob das Produkt bzw. die Marke überhaupt zu ihnen passt. Für Coral setzt GZSZ-Star Jörn Schlönvoigt sein bestes Grinsen auf und zeigt stolz seine beiden Waschmittel mit der Beschreibung „... damit können sogar Männer richtig gut waschen ;-“.



kirabejaoui • Follow
Cologne, Germany

kirabejaoui Die @perwoll_deutschland Lieblingsteil-Challenge ist beendet und die Gewinner stehen fest👏!! TEAM SCHWARZ ❤️hat das Rennen gemacht, Herzlichen Glückwunsch an meine Liebe Lou von @somegoodspirits und ihre Gewinnerin (und gaaanz viel Spaß in New York)👏❤️#colognepower Und an euch vielen Dank für alle Teilnahmen, ihr seid die Besten💋 Mehr zum Thema auf dem Blog [Link in Bio] #PerwollChallenge #TeamCareandRepair *Werbung/Ad

Load more comments

- kirabejaoui @alltagskater 😂😂😂😂😂😂 #bloggersbelike
- silviesoumah So stunning❤️
- its_sarahruth ❤️
- hochseiltraum_ Hübsches Bild ⭐



2,077 likes

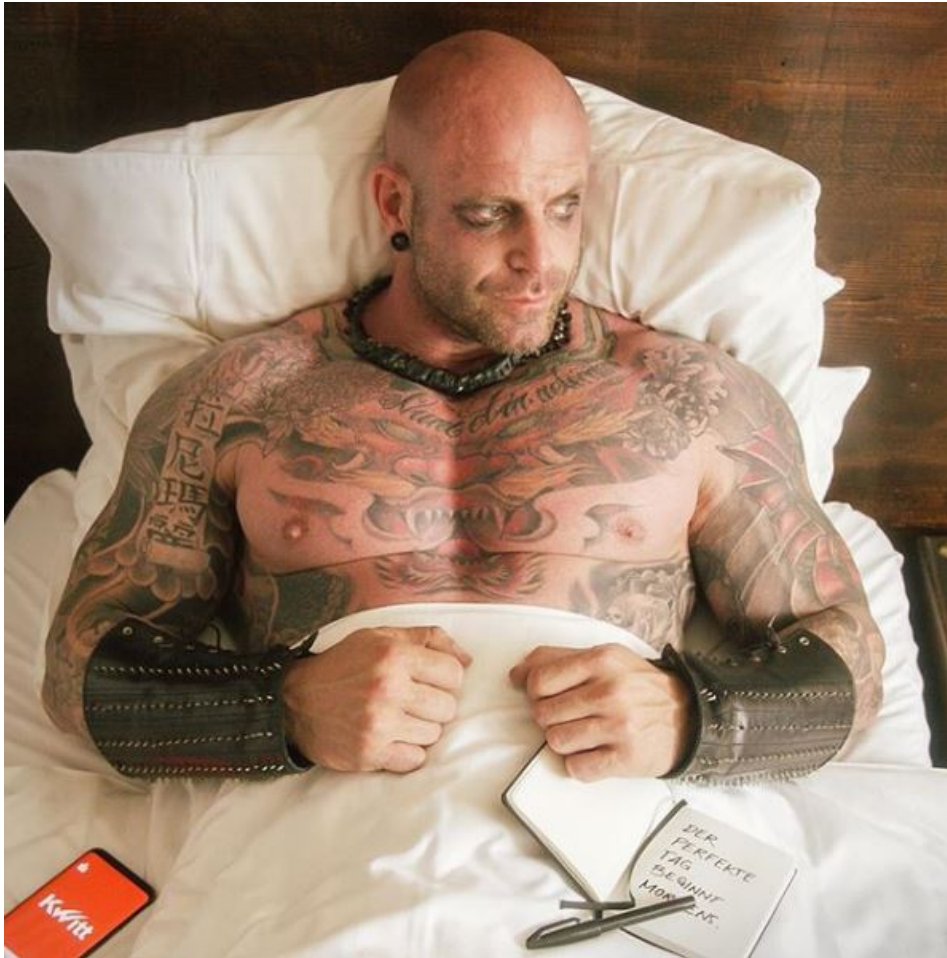
JUNE 21, 2017

Log in to like or comment.

Product Placement Perwoll auf Instagram, Profil: kirabejaoui

Aber eine Flasche Waschmittel möchte nicht nur zuhause präsentiert werden, sondern auch die Welt erkunden. Das dachte sich wohl die Instagrammerin [Kira Bejaoui](#) und hat ihr Waschmittel für die **Perwoll Kampagne #perwollchallenge** kurzer Hand nach draußen mitgenommen.

Zu guter Letzt möchten wir Dir noch ein wirklich lustiges Beispiel zeigen, welches die Influencer- und Werbementalität etwas auf den Arm nimmt:



Product Placement Beispiel derbote_official

Die **typische Kulisse** eines Influencers für den Sonntags-Post auf Instagram ist das Bett. Ob mit der neuen Lieblingskaffeetasse oder dem neuartigen Detox Tee, mit dem man 5kg in einer Stunde verliert: im gemütlichen Bett lässt es sich doch am besten werben. Dieses Beispiel nimmt diese Art von Produktplatzierung aufs Korn: fertig gekleidet, geschminkt und mit Zettel und Stift für kreative Eingebungen gewappnet - da darf die Sparkassen-App „Kwitt“ natürlich nicht fehlen.



Product Placement Beispiel derbote_official

Auch diese Inszenierung ist bei Influencern beliebt, die beispielsweise für Uhren oder Schmuck werben. Anstatt eines Schmuckstückes wird hier jedoch das Smartphone mit der Kwitt-App auf den Unterarm gelegt. Im Hintergrund sieht man noch die Landkarte und Oldschool-Kamera, die vor allem bei Travel Bloggern nicht fehlen dürfen.

Herrlich erfrischend werden **skurrile Inszenierungen** und aufdringliche Product Placements auf die Schippe genommen.

Aber **beachte**: es handelt sich trotzdem um Produktplatzierung, denn [derbote_official](#) ist ein selbst inszenierter Influencer der Sparkasse.

FAZIT – PRODUCT PLACEMENT

Product

Placement ist eine vielversprechende und weitverbreitete Werbeform, um Produkte **unauffällig**

zu platzieren und so die eigene **Markenbekanntheit zu erhöhen**. Dass

Produktplatzierungen salonfähig sind, unterstützt die Existenz des Product Placement Awards (APP), der erstmals 2011 von Branchenexperten verliehen wurde.

Wie

wir gesehen haben, finden sich viele gelungene aber auch skurrile

Beispiele aus verschiedenen Medien. Schon lange gibt es

Filmproduktionen, die die **Werbeintegration**

nutzen und auch online und in der Social Media Welt kommen vermehrt Produktplatzierungen zum Einsatz. Holst

Du Dir **Influencer**

als Markenbotschafter mit ins Boot, kannst Du von ihrer **hohen**

Reichweite und Beliebtheit

profitieren.

Aber

Achtung: passen Marke und Influencer nicht zusammen, kann das beispielsweise das **Image** der beiden beeinträchtigen und die

Zielgruppe abschrecken oder auch nicht erreichen.

Grundsätzlich

gilt: Werbung wirkt, wenn sie clever in **informierende** und

unterhaltende Inhalte bzw. Handlungen integriert wird.

Du möchtest noch mehr zum Thema Product Placement oder generell zu wirksamen und zukunftsweisenden Marketingmethoden – wie zum Beispiel **Content Marketing** für Unternehmen – erfahren? Dann wende Dich gerne an uns.

[Kontakt aufnehmen](#)