

# Promis fahren Touareg

Beitrag von „Dixi“ vom 10. Juli 2006 um 10:17

Zitat von Porsche-Paul

Ob es dem Produzenten hervorragend gelungen ist, den T-Reg in Szene zu setzten mag ich mal bezweifeln.

Aus eigener Erfahrung ist es so, daß für das Product Placement eine Abteilung bei den Herstellern (VW) zuständig ist, die für gute fünf- und sechsstellige Beträge darum buhlt, die jeweiligen Produkte ins rechte Licht zu bringen! 🙄🙄🙄

Lieber Paul,

Dein Statement gegen Schleichwerbung in Ehren, aber hier hast Du nur teilweise recht.

Wie wir aus der aktuellen Diskussion wissen, scheint es zwar gerade bei den öffentlich Rechtlichen geradezu Stabsstellen für Product Placement zu geben. Aber in der Regel entscheidet der Produzent gemeinsam mit seinem Filmgeschäftsführer darüber, welche Anbieter zum Zuge kommen, wobei die Höhe des finanziellen Engagements hier meist ausschlaggebend ist. Aber nicht immer ist der monetäre Aspekt vorrangig, denn nicht jedes Produkt ist geeignet.

Der Produzent hat außerdem mit der Regie zu klären, wie das Produkt überhaupt sinnvoll plaziert werden kann, ohne dass die Werbung störend wirkt. Man darf auch nicht vergessen, das gerade Filmschaffende sehr sensibel auf Eingriffe in ihre Gestaltungsfreiheit reagieren. Wenn also in der Basisstory oder im Drehbuch (sind meist lange vor Drehbeginn fertig) etwas von einem Jeep steht, ist es nicht so einfach, diesen gegen einen Touareg auszutauschen. Es kommt dabei auch darauf an, für welche Märkte und Distributionswege der Film konzipiert ist. Was im Kino geht, muß nicht unbedingt im TV oder in der Videoverwertung gehen und umgekehrt. Eine internationale Verwertung ist anders zu sehen als eine nationale oder paneuropäische. Über all das entscheidet der Produzent mit seinem Stab.

Viele Filme würden übrigens ohne Product Placement niemals gedreht werden. Ein großer Teil gerade kleinerer oder nationaler Produktionen werden von kleineren Filmgesellschaften bzw. sog. Independents realisiert, die sich erst zu einem recht späten Zeitpunkt für einen der Majors als Coproduzenten entscheiden oder erst nach Fertigstellung das Werk z.B. an einen Sender verkaufen. Für sie stellen die Einnahmen aus dem Product Placement einen wesentlichen Teil der Filmfinanzierung dar. Auch das sollte bedacht werden, bevor hier pauschal geurteilt wird.

Ich war selbst bis vor zwei Jahren Gesellschafter einer Filmentwicklungs- und -produktionsfirma und kenne daher die Diskussionen aus eigener Erfahrung.

Gruß

Michael

p.s. Die Heinis aus den PP-Abteilungen der Hersteller will eh keiner am Set sehen, denn die versuchen tatsächlich Regisseuren und Kameraleuten reinzureden nur damit ihr Produkt besser daherkommt.