

Sponsored Film – Markenbildung durch gesponserten Film

Home » Blog » Sponsored Film - Markenbildung durch gesponserten Film » Sponsored Film – Markenbildung durch gesponserten Film



Sponsored Film – Markenbildung durch gesponserten Film

Sponsoring beschreibt die gegenseitige Leistung zwischen einem Sponsor und einem Gesponserten, im Falle des Sponsored Films zwischen einem Unternehmen und einer Filmproduktion.

Abzugrenzen vom Sponsoring ist das **Product Placement**, wobei Firmen bestimmte Produkte für die Dreharbeiten zur Verfügung stellen und diese in verschiedenen Filmszenen gezeigt werden.

Markenbildung durch gesponserten Film

Bei einem Sponsored Film werden durch den **Sponsor Finanz-, Sach- oder Dienstleistungen** für eine Filmproduktion zur Verfügung gestellt und im Gegenzug wird der Sponsor im Zusammenhang mit dieser Filmproduktion implizit oder explizit erwähnt, was wiederum der **Imagepflege und Markenbildung** dient.

Der Film an sich dreht sich niemals um Sie als Sponsor selbst, sondern zeigt die von Ihnen zur Verfügung gestellten Produkte und erwähnt Sie bzw. Ihr Unternehmen zum Beispiel im Vor- oder Abspann des Films.

Richtig eingesetzt ist Sponsoring ein wirkungsvolles Kommunikationsinstrument und kann erheblich zum Erfolg Ihres Unternehmens beitragen. Ziel des Sponsorings ist ein **Imagetransfer** von dem Film auf Sie als Sponsor. Um dieses Ziel zu erreichen ist es besonders wichtig, dass Sie die Art der Filmproduktion sorgfältig auswählen.

Überlegungen zu Ihrem Sponsored Film

Als Sponsor sollten Sie sich genau überlegen, was Sie mit dem Sponsoring einer Filmproduktion erreichen wollen und **welche Art von Produktion** zu Ihnen passen könnte – thematisch aber auch größentechnisch (als kleines Unternehmen ist es zum Beispiel weder möglich noch sinnvoll eine Blockbuster zu sponsern).

Auch sollte **zwischen dem Film und Ihnen als Sponsor eine inhaltliche Beziehung** bestehen, denn der Film wird mit Ihrem Unternehmen verbunden und nur eine angemessene Beziehung zwischen Film und Ihrem Produkt oder Unternehmen kann eine erfolgreiche Imageübertragung gewährleisten.

Eine inhaltliche Verbindung allein kann sich – je nachdem wie das Produkt eingesetzt wird – auch sehr negativ auswirken. Beispielsweise ist es wenig sinnvoll als Airline einen Film zu sponsern in dem ein Flugzeug abstürzt, da dies der Marke nachhaltig schaden kann. Sie sollten von vornherein sämtliche **negative Auswirkungen auf Ihre Markenwerte ausschließen** können.

Bei Ihrem Film Sponsoring dürfen Sie auch die **Zielgruppe** nicht vernachlässigen. Definieren Sie Ihre Zielgruppe – falls noch nicht geschehen – und wählen Sie eine entsprechende Filmproduktion aus. Als international arbeitende Firma sollten Sie beispielsweise Produktionen unterstützen, die auch ein internationales Publikum haben. Als

Meistgelesene Artikel

[Case Study Imagefilm – Umsetzung Ihres Imagefilms](#)

[Infomercial-Filmproduktion – Ihr informativer Werbefilm](#)

[Recruiting-Video: Mitarbeiter werben mit Ihrem Film](#)

[Kommunikationsform Film](#)

[Employer-Branding-Film – Attraktiver durch Ihre Arbeitgebermarke](#)

Letzte Artikel

[Direct Response Television – Ihr DRTV Werbespot](#)

[Filmproduktion in Luxemburg – Aspekteins GmbH als Aussteller auf den GR Business Days](#)

[YouTube Videoanzeigen – Vermarktung Ihres Videos mithilfe von YouTube](#)

[Architektur Videoreportage – Architektur im Film darstellen](#)

[Ausbildungsplatzmesse-Video – Mehrwert für alle Teilnehmer](#)

Letzte Kommentare

[Direct Response Television – Ihr DRTV Werbespot bei Infomercial-Filmproduktion – Ihr informativer Werbefilm](#)

[Filmproduktion in Luxemburg - Aspekteins GmbH als Aussteller auf den GR Business Days bei Filmproduktion](#)

[YouTube Videoanzeigen – Vermarktung Ihres Videos mithilfe von YouTube bei Filmproduktion](#)

[Architektur Videoreportage – Architektur im Film darstellen bei Zeiträufaufnahmen – Klassisches Stilmittel in neuem Gewand](#)

[Ausbildungsplatzmesse-Video - Mehrwert für alle Teilnehmer bei Recruiting-Video: Mitarbeiter werben mit Ihrem Film](#)

Follow Us on

Ihr Sponsored Film – wichtige Fragen

- Was möchten Sie mit dem Film Sponsoring erreichen?
- Welche Art von Filmproduktion passt thematisch und größentechnisch zu Ihrem Unternehmen?
- Besteht eine inhaltliche Beziehung zwischen dem gewählten Film und Ihrem Unternehmen?
- Wie werden Ihre Produkte in dem Film eingesetzt? Wirkt sich dies positiv oder negativ auf Ihre Marke aus?
- Welche Zielgruppe möchten Sie erreichen? Wird diese Zielgruppe von dem gesponserten Film erreicht?

Sponsored Film bei Aspektein

Sie möchten durch Sponsoring eine Filmproduktion unterstützen und so den Erfolg Ihrer Produkte und/oder Ihres Unternehmens steigern? Die **Aspektein GmbH als ganzheitlicher Partner für Filmproduktionen** unterstützt und berät Sie gerne und trägt dazu bei, dass Sie die bestmögliche **Markenbildung mit Sponsored Film** erreichen.

Zur Kontaktaufnahme für Ihren Sponsored Film bitte hier klicken

Bildrechte: © lassedesignen – Fotolia.com

Bearbeiten

Über den Author

Sonja Renner

Ähnliche Posts



Filmproduktion in Luxemburg – Aspektein GmbH als Aussteller auf den GR Business Days
2. Juni 2014



YouTube Videoanzeigen – Vermarktung Ihres Videos mithilfe von YouTube
28. Mai 2014



Architektur Videoreportage – Architektur im Film darstellen
6. Mai 2014

Beliebte Posts



Case Study Imagefilm – Umsetzung Ihres Imagefilms
21. Januar 2014



Infomercial-Filmproduktion – Ihr informativer Werbefilm
3. April 2014



Recruiting-Video: Mitarbeiter werben mit Ihrem Film
26. März 2014

← Direct Response Television – Ihr DRTV Werbespot

Links

Home
Blog
Kontakt
Impressum

Blog-Kategorien

360° Panorama mit Hotspotverlinkung (1)
3D Animation – Visualisierung der Produkteigenschaften (1)
Abschluss eines Rahmenvertrags mit AGV Bau Saar (1)

Unsere Adresse

+49 (0) 681 6880 1113
mailme@aspektein.com
Scheidter Straße 2
66123 Saarbrücken

Schreiben Sie uns

Name *
 Email *