

Product-is-hero Werbung

Home > Welcher Film für Ihr Unternehmen? > Product-is-hero Werbung

0 0



Von Sonja Renner In Welcher Film für Ihr Unternehmen?, Wie funktioniert Film? 27. Juli 2015

Product-is-hero Werbung

Hier steht Ihr Produkt im Zentrum des Werbespots und nimmt eine ähnliche Rolle ein, wie der Hauptdarsteller eines Spielfilmes. Wie der Name schon sagt: Ihr Produkt ist der Held des Spots.

Wie bei einem **Produkt-Demonstrations-Werbespot** steht das Produkt auch hier im Mittelpunkt Ihrer Werbung. Doch geht es nun weniger darum, dass der Produktnutzen demonstriert wird, sondern viel mehr um Ihr Produkt an sich. Es wird derart präsentiert, dass sich eine Beschreibung erübrigt. Das zu Sehende spricht für sich selbst, es Bedarf keiner erklärenden Worte mehr.

Während des gesamten Spots steht Ihr Produkt im Handlungszentrum und ist visuell nahezu omnipräsent. Gezeigt werden dabei Teile des Produkts, Branding-Merkmale, Verpackung oder mitunter auch Ihr Produkt in Gänze.

Mit starken Bildern wird Ihr Produkt als Held inszeniert, kann Situationen verbessern oder gar retten und überzeugt auf der emotionalen Ebene.

Im Grunde genommen ist der Product-is-hero Werbespot die archaischste und gleichwohl mächtigste erzählbare Geschichte für Ihr Produkt und Ihre Dienstleistung. Durch die Menschheitsgeschichte hinweg ziehen sich Heldensagen, die allesamt auf einen gemeinsamen Nenner – selbstredenderweise in Varianten, Abstufungen und mit Ausnahmen – hinzustreben. Der Held, der die Erlösung bringt – sei es ein Herkules in der griechischen Antike, seien es Siegfried und die Nibelungen oder ein zeitgenössischer Bilbo Beutling – sie alle sind Heilsbringer in einem Kontext voller Widrigkeiten, den sie wiederum unbedingt brauchen um ihre faszinierende Strahlkraft entwickeln zu können.

Eine herausragende Arbeit und zugleich das Standardwerk zu diesem Thema kommt von **Joseph Campbell – Der Heros in tausend Gestalten**. Hier wird von Campbell aus Myriaden von Heldensagen, Geschichten und Märchen eine einheitliche Grundstruktur des Heros geschaffen – lesenswert für alle unsere Kunden, die zu Heldenverstehern werden wollen.

Beispiel: Product-is-hero Werbespot



KATEGORIEN

[360 Grad Video](#)

[Aktuelle Informationen](#)

[Animation & 3D](#)

[Innovation](#)

[Kundenprojekte](#)

[Welcher Film für Ihr Unte](#)

[Wie funktioniert Film?](#)

Preisübersic

AspektEins

ANFRAGE STELL

360 Grad Video ab 6.000

3D Animationen ab 3.000

Filmproduktion für B

Baumaschinen ab 18.000

Imagefilm ab 10.000

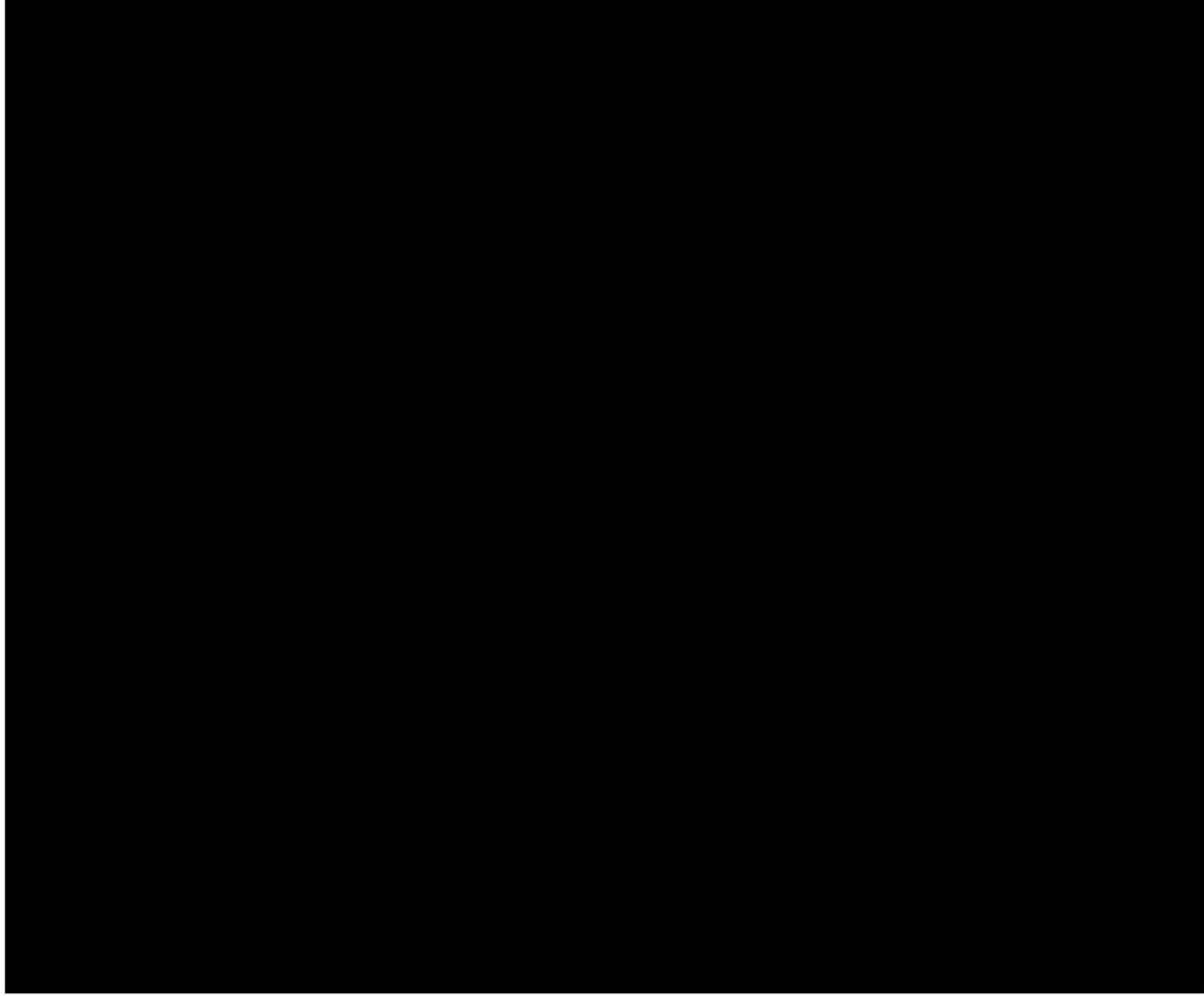
Industriefilm ab 12.000

Langzeit Zeitraffer ab 20.000

Produktfilm ab 8.000

Viralvideo ab 9.000





Ohne explizit auf das Produkt einzugehen, ist es doch unentbehrlicher, integraler Bestandteil der Geschichte.

Ein guter Ritter verweist die böse Hexe in ihre Schranken und verschafft den Entrechteten Linderung in ihrem Leid. Übertragen auf den Kontext des obigen Product-is-hero Werbespots liest sich die Story nun wie folgt: Clive Owen (der Fahrer) erteilt der arroganten Madonna (Madonna, lol) eine schmerzhaft wie adrenalinreiche Lektion durch eine überzogen wilde und kurvige Autofahrt, um so ihrem genervten wie devoten Manager Genugtuung zu verschaffen. Das alles wird erst ermöglicht durch die Eigenschaften des beworbenen Produkts – eines BMW M5 – der die böse Hexe (um wieder zu dem Kontext unseres Märchens zurückzukehren) so richtig durchschütteln kann.

6 Vorteile Ihrer Product-is-hero Werbung

- Ihr Produkt steht im Zentrum des Spots und nichts lenkt davon ab
- Sie können auch implizit werben ohne an Aussagekraft zu verlieren
- Durch Präsenz von Markenelementen stärken Sie Ihr Markenimage
- Ihr Produkt wird positiv wahrgenommen
- Hohe Freiheitsgrade bei der Gestaltung
- Sie sprechen Jahrtausende alte Instinkte an – die der klassischen Heldengeschichte

LADEN SIE DIESEN BEITRAG BEQUEM ALS PDF DATEI HERUNTER: PRODUCT-IS-HERO WERBUNG

ZUR KONTAKTAUFNAHME FÜR IHREN PRODUCT-IS-HERO WERBESPOT BITTE KLICKEN

Bildrechte: © ra2 studio – Fotolia.com



Sonja Renner

Sonja Renner ist Medienwissenschaftlerin der Universität Trier und arbeitet aktuell am Abschluss ihrer Bachelorarbeit. Im Rahmen ihres Studiums eignete sich Frau Renner umfassende theoretische Kenntnisse der Filmproduktion an und bringt dieses Wissen in praktischen Projekten zum Einsatz. Gemeinsam mit der Aspekteins GmbH entwickelt Frau Renner aktuell eine ganzheitliche Wissensdatenbank für Filmproduktion, um die komplexen Herausforderungen und Möglichkeiten einer professionellen Filmproduktion einem breiteren Publikum zugänglich zu machen.



27. Juli 2015

Produkt-Demonstrations-
Werbespot



21. Juli 2015

Welche Arten von 360 Grad Video
gibt es?



20. Juli 2015

Lifestyle Werbespot

Comments are closed.

SCHLAGWÖRTER

Aspektheins Aspektheins GmbH Baugewerbe Destination-Video
Destinationvideo Deutschland Drehbuch Europa Film
Filmproduktion Filmsprache
Firmenportrait Forschung Gewerbe Imagebilder
Imagefilm Imagetrailer Imagevideo
Industriefilm Industrievideo Konzeption Messeauftritt Messerfilm
Messevideo Postproduktion **Produktfilm** **Produktvideo**
Projektorganisation Recruiting Video Reisefilm Saarland
Storyboard Timelapse Unternehmen Unternehmensvideo
Urheberrecht **Video** **Video** **Video** **Produktion**
Webvideo Weltweit Werbefilm Werbespot Werbung
YouTube Zeitraffer

LETZTE BLOG-ARTIKEL

Produkt-Demonstrations-Werbespot

Welche Arten von 360 Grad Video gibt es?

Lifestyle Werbespot

Werbung mit Humor

KONTAKT

Saarbrücken

Aspektheins GmbH
Scheidter Strasse 2
66123 Saarbrücken

Tel.: +49 681 6880 1113
E-Mail: saarbrueken@aspektheins.com



Berlin

Aspektheins GmbH
Prinzessinnenstraße 20
10969 Berlin

Tel.: +49 301 2053 294
E-Mail: berlin@aspektheins.com

