

Gute Zeiten, schlechte Zeiten

Deep Dive | (Digital) Product Placement



Köln, September 2020

Kirsten Rottmann

Gute Zeiten, schlechte Zeiten

Über 27 Jahre packende Stories, starke Charaktere und modernes Großstadt-Feeling – seit 1992 sorgt GZSZ täglich für bestes Entertainment und setzt Trends, die die Zuschauer*innen sehen wollen: jung, stylisch, authentisch.

Die Fans begleiten die Clique aus Friends und Family rund um den Berliner Kollplatz durch das tägliche Leben und gehen mit ihnen durch Höhen und Tiefen, Freundschaft und Verrat, Liebe und Schmerz.



Reason why



01 | REACH

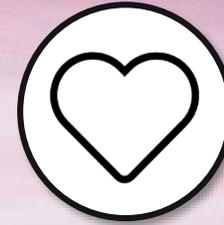
GZSZ erreicht täglich bis zu 3,6 Mio. Menschen und sichert sich damit einen Marktanteil von bis zu 22,1% (E14-59).



02 | IMPACT

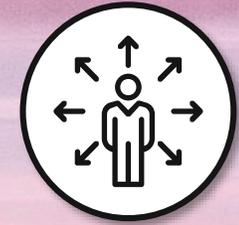
In den sozialen Netzwerken begeistert GZSZ die stetig wachsende Fanbase.

-  1,5 Mio. Fans
-  674K Follower



03 | EMOTION

GZSZ erzählt moderne Geschichten, die dem Lebensgefühl der Zuschauer*innen entsprechen – und das seit mehr als 28 Jahren!



04 | TALENTS

Unsere Schauspieler*innen sind echte Opinion Leader und verfügen über starken Influencer Impact.

We love stories!



Geschichten haben die Kraft, **Emotionen** zu wecken, **Identifikation** zu stiften und Menschen zu **fesseln**.

100%
individuelle
Konzepte

Variable Budget-
& Kampagnen-
größen

GZSZ als
Ankerpunkt

Direkt ins
Relevant Set
der Fans

Placements

Wir brennen für wirkungsvolles Storytelling und **native Integrationen** in die natürlichen Szenerien und **lebennahen Geschichten** von Deutschlands beliebtester Daily.

Gemeinsam mit unseren Kunden wecken wir **Emotionen** und platzieren Themen und Brands im **Relevant Set** der Zuschauer!





01 | Good to know

Product Placement ist...

... die meist im Austausch gegen Geld oder geldwerte Vorteile vorgenommene Integration des Namens, des Produktes, der Verpackung, der Dienstleistung oder des Firmenlogos eines Markenartikels oder eines Unternehmens in Medien, ohne dass der Rezipient dies als störend empfindet, z. B. durch

- gezielte kreative Einbindung eines Markenartikels als notwendige Requisite oder
- Ersatz eines No-Name Produktes durch einen Markenartikel.



Wir unterscheiden verschiedene Placementstiefen

STATIST



Als Statist wird das Produkt bzw. die Marke erkennbar und auf natürliche Weise in das Set integriert – als notwendige Requisite zur realistischen Darstellung.

NEBENROLLE



Als Nebenrolle wird das Produkt aktiv von einem Darsteller genutzt, wenn eine entsprechende Handlung im Drehbuch vorgesehen ist.

HAUPTROLLE



Als Hauptrolle wird das Produkt zum Aufhänger des Handlungsablaufs und ist essentiell für die Handlung. Das Produkt erscheint wie für die Storyline gemacht.

Bitte beachten Sie: Aus produktionstechnischen Gründen ist eine Integration als Statist bei GZSZ nur in Ausnahmefällen als Ergänzung zu einer größeren Placement-Kampagne möglich.

FAQ & Basic Knowledge

- Es besteht eine **Kennzeichnungspflicht** für Produktplatzierungen; der entsprechende Hinweis wird zu Beginn und am Ende der Sendung sowie nach jeder Werbeunterbrechung für mind. 3 Sekunden eingeblendet.
- Die Kosten für Product Placement orientieren sich am Standard-Pricing für GZSZ sowie der Placementstiefe und -länge.
- Product Placement Kosten sind nicht Bestandteil bestehender Vereinbarungen und weder rabattfähig noch -bildend, wohl aber AE-fähig.
- Es besteht ein **Mindestbuchungsvolumen von 100.000€ N1**.
- Ggf. anfallende **Produktionskosten** werden separat abgerechnet.





02 | Physisches Product Placement

Geschichten, die das Leben schreibt

Wir bringen zusammen, was zusammen gehört! Kundenbrands werden gleichermaßen aufmerksamkeitsstark wie authentisch in die Handlungen bei GZSZ eingebunden. Dabei finden wir die ideale Lösung für jeden Need und bieten individuelle Integrationen von Neben- bis Hauptrolle.



Family Stories
mit den Gerners



Event Stories
im Mauerwerk



Love Stories
mit Leon & Nina



Lifestyle Stories
im Vereinsheim



Friendship Stories
mit der Girls-WG



Trend Stories
im Vleder Store

Es handelt sich um bsph. Lebenswelten.

Family Stories



DIE SEEFELDS

Sie zoffen sich, sie lieben sich, sie halten zusammen wie Pech und Schwefel – Patchwork at its best!



DIE AHRENS

Nach langer Funkstille hat das Mutter-Tochter-Gespann endlich wieder zueinander gefunden.



DIE GERNERS/FLEMMINGS

Luxus, Business, Lifestyle – die Ansprüche sind hoch, aber nichts geht über die Familie!

Es handelt sich um bsph. Lebenswelten.

Event Stories



DAS MAUERWERK

Music, Food, Drinks – das Mauerwerk ist DIE Top-Location im Kiez, egal ob zum Business Lunch oder After-Work-Drink. Fette DJ Sounds und coole Konzerte inklusive!

Es handelt sich um bsph. Lebenswelten.

Love Stories



NINA & LEON

Nach langem Hin und Her und einer kurzen gescheiterten Ehe scheint Nina mit Leon endlich den Richtigen gefunden zu haben.

Es handelt sich um bsph. Lebenswelten.



YVONNE & JO

In der bodenständigen Yvonne hat Jo wider Erwarten seine Herzdame gefunden und trägt sie seitdem auf Händen.



TONI & ERIK

Die Polizistin und der Ex-Knacki – diese beiden haben mit reichlich Vorurteilen zu kämpfen!

Lifestyle Stories



DAS VEREINSHEIM

Der Treffpunkt Nummer 1 im Kiez. Bester Kaffee und Snacks plus eine herrlich nette und stylische Atmosphäre. Von Freunden für Freunde!

DER SPÄTI

Neben Zeitschriften, Milch, Putzmittel und Co. gibt's hier immer einen netten Plausch und nicht selten den neuesten Klatsch und Tratsch aus dem Kiez.

Es handelt sich um bsph. Lebenswelten.

Friendship Stories



DIE GIRLS CLIQUE

Fashion, Beauty, Boys – unsere Girls durchleben die klassischen Mädelt Themen.



DER LADIES TALK

Unsere Ladies stehen sich in allen Höhen und Tiefen bei Jobs, Männern und Familie zur Seite.



DIE MÄNNERRUNDE

Vom Feierabend-Bier bis zur ernstesten Sinnkrise – hier gibt's Männertalk vom Feinsten!

Es handelt sich um bsph. Lebenswelten.

Trend Stories



DIE FASHIONISTAS

Die beiden Freundinnen Sunny und Emily arbeiten an ihrem eigenen Label Vleder. Hier geht's um Mode, Ehrgeiz, Erfolge und Rückschläge – alles mit Stil!



DIE UPCYCLING BUDDIES

Nihat, Paul und Tuner sind unsere drei Männer mit Herz und Hand! Gemeinsam hauchen die Buddies alten Schätzen wieder neues Leben ein.





03 | Digital Product Placement

Out of Home goes TV

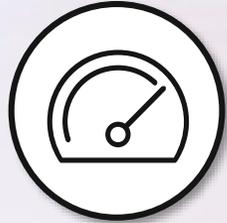
Wir ermöglichen die sekundengenaue und maßgeschneiderte Einbindung von OoH-Motiven in die bekannte GZSZ-Kulisse.

Via digitaler Bildnachbearbeitung werden die Branding-optimierten Plakatflächen in bestehende Szenerien nach Kundenwunsch eingebaut und werden damit zum authentischen Teil von Deutschlands beliebtester Daily.

Die Integration erfolgt über diverse Plakatflächen. Eine Festlegung auf ein bestimmtes Format ist nicht möglich. Digital Placement erfordert ein speziell angepasstes Motiv mit weniger Textelementen und herausgestelltem Logo/Claim. Gerne stehen wir beratend zur Seite. Die Auswahl möglicher Szenen/Placementsflächen ist erst ca. 1-2 Wochen vor Ausstrahlung möglich.



Die Vorteile auf einen Blick



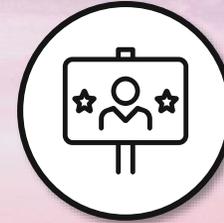
SCHNELL

Rasche Realisierbarkeit
durch sehr kurze
Vorlaufzeiten von 3-4
Wochen



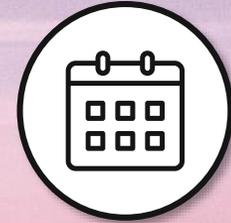
AUTHENTISCH

Realitätsnahe Marken-
einbindung von OoH-
Flächen in bekannte
GZSZ-Szenerien



HOCHWERTIG

State-of-the-Art
Bildnachbearbeitung auf
technisch höchstem
Niveau



PLANBAR

Sekundengenaue
Einbindung in
ausgewählte
Wunschszenerien

Ihre Ansprechpartnerin



Kirsten Rottmann
Ad + Concept Studio

Picassoplatz 1
50679 Köln

Tel.: +49 221 456 22746
kirsten.rottmann@ad-alliance.de

Wichtige Hinweise



Die vorgestellten Ideenansätze sind nicht im Detail abgestimmt und verstehen sich vorbehaltlich aller Zustimmungen der jeweiligen Sender, Titel bzw. Plattformbetreiber der einzelnen Vermarkter.

Nutzungsrechte

Das in dieser Präsentation gezeigte Material und sein gesamter Inhalt sind gemäß den geltenden Urheberrechtsgesetzen geistiges Eigentum des Vermarkters Ad Alliance GmbH. Jede teilweise oder vollständige Nutzung, Nachahmung oder Weitergabe von geschützten Inhalten bedarf der vorherigen schriftlichen Genehmigung des Rechteinhabers.

Der Vermarkter Ad Alliance GmbH behält sich vor,
die Verletzung von Urheberrechten zivil- und strafrechtlich zu verfolgen.



Die Ad Alliance GmbH handelt im eigenen Namen und auf Rechnung des jeweiligen Vermarkters
IP Deutschland GmbH | Gruner + Jahr GmbH, G+J Electronic Media Sales GmbH | smartclip Deutschland GmbH und/oder
SPIEGEL-Verlag Rudolf Augstein GmbH & Co. KG.

Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Ad Alliance GmbH,
abrufbar unter www.ad-alliance.de/agb.

Für den Vermarkter Media Impact GmbH & Co. KG handelt die Ad Alliance GmbH
als Dienstleister und im Namen und für Rechnung der Media Impact GmbH & Co. KG.
Es gelten die jeweiligen Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Media Impact GmbH & Co. KG, abrufbar unter:
www.mediaimpact.de/de/agb, es sei denn es ist anders gekennzeichnet.