

Friday, September 9. 2005

Saatchi & Saatchi

Ich habe ja so eine kleine Hassliebe zu Saatchi & Saatchi. Auf der einen Seite ist die Konsequenz, mit denen eben jene Hemmungen in Sachen Werbung abbauen leicht ekel erregend bis brutal, auf der anderen Seite ist eben jene Radikalität ungemein faszinierend und die von Saatchi&Saatchi stammende Werbung mitunter hoch begeisternd. Neueste Abteilung eben jener Firma: GUM.

Leider habe ich keinen direkten Link, aber wie gerade über pho kam, ist "GUM" sogenanntes branded enteratinment. So möchte man beispielsweise eine Band zu casten und deren Namen, Erscheinungsbild, ja auch Songtitel und Texte von Firmen kaufen zu lassen. Bei cynopsis steht was von "All-Female HipHop Band", sicher nur der Anfang. Das Wall Street Journal schreibt das ganze, da fand ich aber auch nichts verlinkbares, wer also nachliefern möchte soll dies gerne tun. Das komplette Zitat eben von cynopsis: Here is product placement taken to a whole new level. London-based ad agency Saatchi & Saatchi has launched a new division called GUM, created to target the elusive teen and young 20s demo. The idea is simple, according to The Wall Street Journal: Saatchi & Saatchi is offering advertisers a sort of human billboard - that is, owning and naming their own all-female hip-hop band, having their products seen/used/worn on stage and in music videos, and if they want, paying a little extra, have their product names used within the lyrics of the band's songs. The band made its first appearance last evening at Saatchi & Saatchi offices, and unless you knew any better, you'd never know it was a marketing device. The agency calls this Branded Entertainment, and finds masking advertising within entertainment is a better way to reach this tough young demo. Also coming from GUM, commissioned entertainment for other media including TV, film, cellphones and video games.

Posted by julian in music at 15:26