

Produktmarketing

Tinti– Der Film

Gezielte Marketingunterstützung ist das A und O für den Erfolg. Ein Film am Point of Sale soll jetzt dem Verbraucher Lust auf den Tinti-Bade-Spaß der Heidelberger Naturfarben machen

Gemeinsam mit Kindern gleicht der Einkauf selten einem entspannten Bummeln. Ein Produktfilm für den PoS muss den Zuschauer daher binnen Sekunden fesseln. Zugleich soll er als Produktberatung dienen, den Produktnutzen zeigen und einen Kaufanreiz erzeugen. Und er muss zur Philosophie des Unternehmens passen. Im Falle Tinti bedeutet dies, dass der Film eine farbenfrohe, fröhliche und liebenswerte Welt zeigt. Barbara Banzhaf, Leiterin Vertrieb und Marketing: „Der PoS Film muss einer Menge Anforderungen gerecht werden. Der Tinti Film war für uns Neuland. Die Reaktionen sind überwältigend. Der Film kommt super an! Kinder können sich kaum vom Bildschirm abwenden und bestehen darauf, den Film von Anfang bis Ende zu sehen.“

Im Dezember 2007 realisierte die Münchener watch and tell-Filmproduktion (www.watchandtell.de) den ersten Tinti-Pro-

duktfilm. Im November 2008 wurde dieser um Szenen rund um die neuen Produkte Zahnpasta, Knistercreme und das Badewannenpuzzle erweitert. Einzelhändler können sich bei den Heidelberger Naturfarben Monitore zur Ausstrahlung des Films ausleihen. Als Download ist der Film auf den Homepages der Heidelberger Naturfarben im Web (www.naturfarben.de, www.tinti.eu) zu sehen.

Glaubwürdige Bade-Erlebnisse

Bernd Gerriets, Produzent und Inhaber der watch and tell – filmproduktion GmbH über die Entstehung des Tinti-Films: „Es hat den Produktverantwortlichen der Heidelberger Naturfarben bei Ihrem Besuch in unserer Produktionsfirma wohl gefallen, dass die Dinge bei uns in wenigen Händen liegen. Der Produzent steigt selbst in die Wanne mit buntem Wasser und lässt es mit seinen Kindern knistern, blubbern und schäumen. Ohne das Erlebnispotential der Tinti-Produkte zu kennen, kann kein mitreißender Film entstehen. Erst die Beobachtung von Bade-Spaß führt zu dem Drehbuch, das im Film von den vielen lustigen Bade-Aktionen erzählt. Für uns ist es wichtig, dass die Bade-Erlebnisse im Film für die Eltern glaubwürdig und für die Kinder begeisternd wirken. Im Zusammenspiel der filmischen Elemente Bild, Ton und Musik müssen sich Eltern und Kinder gleichermaßen wiederfinden. Wir erreichen das in dem immerhin über fünf Minuten langen Film mit all seinen Produkten durch die natürliche Wirkung der Kinder und der Umgebung auf der einen Seite – andererseits durch die pointierten Bilder auch mit überraschenden Einstellungen durch den Schaum oder unter Wasser gefilmt. Viele unterschiedliche Musiken aus den Bereichen Comic, Abenteuer und Pop unterstützen die vielfältigen Möglichkeiten Bade-Spaß zu Hause zu inszenieren.“

Die Erweiterung des Tinti-Films mit den neu entwickelten Produkten in diesem Jahr ist nur konsequent – nach dem Motto:



Die Bade-Spaß Produkte der Heidelberger Naturfarben GmbH werden ab Februar 2009 über neue, witzige Tinti-Comics als Give-away kommuniziert – wieder aus der kreativen Feder von Anya Biberthaler. „Eine besondere Herausforderung bei den Tinti Comics besteht darin, dass unsere Zielgruppe groß und extrem heterogen ist. Tinti Produkte werden von Dreijährigen ebenso konsumiert wie von Zehnjährigen. Innerhalb dieser Gruppe gibt es gravierende Unterschiede in der Auffassung darüber, was lustig ist. Wir lösen dieses Problem, indem wir meine Geschichten zeichnerisch umsetzen lassen. Während kleinere Kinder vor allem von Bildern angesprochen werden, können Ältere bereits Dialoge und ironische Elemente verstehen.“



Den Blick hinter die Kamera kommentiert Anya Biberthaler, verantwortlich für Buch und Regie: Der Kameramann überprüft sein Equipment bevor es losgehen kann. Die Vorbereitungen für einen Dreh sind enorm. Hier bespreche ich mit den kleinen Schauspielern die weiteren Schritte der Szene „Knisterlotion“. „Kamera läuft – Uuuund bitttte“. Das ist für die Kinder das Startsignal des Kameramanns. Hier installiert der Tonmann seine Tonangel. Wenn er nicht die Möglichkeit hat, sie fest zu installieren, ist es Schwerstarbeit.