

# absatzwirtschaft online



## Kilians Corner

### ↳ Social Media: Der Fall Kitkat

### ↳ Was ist ...



Insgesamt 25 Prozent der Google-Suchergebnisse zu den 20 bekanntesten Marken verweisen auf Inhalte, die von Nutzern erstellt sind. Soziale Netzwerke im Internet verändern die Verteilung von Macht. Das musste jüngst Nestlé mit seiner Marke „Kitkat“ erfahren. Oliver Hermes von Berger Baader Hermes beschreibt sehr anschaulich, wie der größte Lebensmittelkonzern der Welt im Laufe von fünf Tagen im Social Web hart attackiert schließlich den Rückzug antritt. Denn Nestlé nimmt schließlich die größte Kitkat-Fanpage mit zuletzt 758 712 aufgrund der Flut kritischer Kommentare aus dem Netz.

**Product Placement?** Gemeint ist die seit 1. April 2010 auch gegen Entgelt zulässige, deutlich sichtbare und damit werbewirksame Einbindung von markierten Produkten oder Dienstleistungen in Filmen und Fernsehsendungen. Fallweise erfolgt Product-beziehungsweise Brand-Name-Placement auch in Computerspielen, Musikvideos, Büchern, Zeitungsberichten oder Liedtexten. Während bei der gezielten visuellen Platzierung meist ein durch sein Design, Logo und/oder den Namen klar einem Anbieter zuordenbares Produkt oder Dienstleistungsumfeld gezeigt oder textlich wiedergegeben wird, erfolgt die verbale Platzierung durch Nennung des Markennamens im Handlungszusammenhang.

www.absatzwirtschaft.de/kitkat

Karsten Kilian betreibt das Markenportal [www.markenlexikon.com](http://www.markenlexikon.com). Jeden Monat erklärt er an dieser Stelle exklusiv Begriffe aus der Welt der Marken. Sein Lexikon finden Sie auf unserer Website.

www.absatzwirtschaft.de/markenlexikon

## Weitere Services

### Sie sind Marketingdienstleister oder -experte?

**Jetzt neu: Markentour durch München!** Als Marketingentscheider lässt man sich gerne inspirieren von Brandlands, Konzept- oder Flagshipstores großer Marken, die mittlerweile in allen Metropolen anzutreffen sind. Nachdem Markenexperte und Gründer von Markenlexikon.com Karsten Kilian bereits Markenrundgänge in Berlin, Köln, Hamburg und Wien für absatzwirtschaft zusammengestellt hatte, ist nun auch die Tour für München fertig geworden. Einfach downloaden unter

Dann sollten Sie sich registrieren bei absatzwirtschaft-biznet, unserem Experten- und Dienstleister-Netzwerk der absatzwirtschaft: Veröffentlichen Sie Fachartikel, posten Sie Ihre Termine und Veranstaltungen, präsentieren Sie Ihre Produkte und Firmenprofile.

Ihre Beiträge erscheinen dabei nicht nur auf absatzwirtschaft-biznet, sondern auch auf absatzwirtschaft-online. Das Ganze kostet Sie nur 99 Euro im Jahr, Marketing-Club-Mitglieder sogar nur 79 Euro.

www.absatzwirtschaft.de/markentouren

www.absatzwirtschaft-biznet.de



Das erste Fachportal für Software- und Onlinebasiertes Marketing

Software-Lösungen für Customer-Relationship-Management, Marketing Management-Systeme, Content-Management und E-Mail-Kampagnen.

Klicken Sie rein:

[www.marketingIT.de](http://www.marketingIT.de)