

# Merchandising-Rechte

manchmal allgemein: *promotional licensing* (gemeint ist die allgemeine Abtretung von Rechten zu Zwecken der Produktwerbung)

Als *licensing* bezeichnet man ganz allgemein die (teilweise oder ganze) Abtretung von Nutzungsrechten einer Firma an einem besonderen, populären und allgemein bekannten und geschätzten Gut (erfolgreiche Filme, Filmfiguren, Musikgruppen, Stars etc.) an eine andere Firma, die mit diesen Rechten in aller Regel Werbung treibt. *Licensing* hat einen doppelten Effekt – zum einen kann die empfangende Firma an die Popularität des Objekts oder des Stars anknüpfen, zum anderen erhöht sich die Popularität und allgemeine Bekanntheit desselben, was wiederum zu einer Wertsteigerung führen kann.

Man unterscheidet gemeinhin die folgenden Einzelrechte, die zu Zwecken des Merchandising vereinbart werden können:

- *Personality-Licensing*: Verwertung von Abbildungen eines Künstlers (Stars) auf besonderen oder verschiedensten Produkten;
- *Character-Licensing*: Verwertung von Figuren (wie z.B. Zeichentrickfiguren) auf Produkten aller Art;
- *Trademark-Licensing*: Verwertung eines Markennamens (Firmennamen, Filmtitel etc.);
- *Event-Licensing*: Veranstaltung von Events, die mit einem Produkt in Verbindung gebracht werden (von „Conventions“ bis zu freien Veranstaltungen).

Literatur: Böll, Karin: *Merchandising. Die neue Dimension der Verflechtung zwischen Medien und Industrie*. München: Fischer 1996. – Böll, Karin / Gottschalk, Matthias: *Merchandising und licensing. Grundlagen, Beispiele, Management*. München: Vahlen 1999. – Böll, Karin (Hrsg.): *Handbuch licensing*. Frankfurt: Deutscher Fachvlg. 2001.

## Referenzen

[franchise film](#); [High Concept](#); [Nebenrechte](#); [personality licensing](#); [presales](#); [promotional tie-in](#); [tie-in](#)

From:

<https://sachlexikon-film.uni-kiel.de/> - **Das Lexikon der Filmbegriffe**

Permanent link:

<https://sachlexikon-film.uni-kiel.de/doku.php/m:merchandisingrechte-6623>

Last update: **2012/02/08 00:29**

