

KONZEPTE FÜR „SIAM“, Rev A, 25.3.12

1. Experiment

- Zwei Menschen (Mann und Frau) werden mit zwei Gürteln und einem 1m-langen Band für insgesamt 7 Tage zusammengebunden und von 2 Kameras begleitet.
- Das Experiment wissenschaftlich begleitet. Das kann im Rahmen einer Bachelor-/Master-Arbeit, einer Studie oder ähnliches geschehen.

2. Marketingkonzept

- Es werden Sponsoren für das „Experiment“ angeworben und per Productplacement vermarktet. Es werden nur die Produkte vermarktet, welche die Kandidaten „ liken“.
 - Es kann auch als „authentisches Marketing“ bezeichnet werden. Dabei benutzen die Kandidaten das, was sie sonst auch verwenden würden. Beispiele hierfür wären: „ich geh’ immer bei Lidl einkaufen“; „ich geh’ immer auf die-und-die Parties“; „ich kaufe mir da-und-da Klamotten“
- Das Projekt dient als „Katalysator“ für weitere Projekte (z.B. SIAM-Parties; SIAM-Produkte; Bistro für Eltern; Live-Band aus den Philippinen; „SIAM, die Vermittlungsagentur – auch online“; SIAM Kunstausstellung: Gewalt verbindet)
- Das Internet wird als preiswertes Broadcasting-Medium bevorzugt. („Viral Marketing“, Social Media, etc.)

3. Partnervermittlung

- Die Idee (Gürtel setzt zwei Menschen in eine Extremsituation) wird geschützt bzw. patentiert und vermarktet.
- Der Prozess *Casting und Gefilmtwerden* stellt das Vermittlungskonzept für abenteuerlustige und extrovertierte Menschen dar.

4. Format

- Das Filmmaterial wird an eine Sendeanstalt verkauft. Dabei könnte das Original als Vorlage für weitere Staffeln dienen.

5. Drehbuch

- Das Experiment wird „protokolliert“. Dieses Protokoll stellt die Realität dar, welche dramatisiert wird und entweder als Drehbuch verkauft oder verfilmt werden kann.