



Methode: Analyse von Werbungen

Da Sie nun die Werbetechniken und –strategien kennengelernt haben, können Sie anhand des Leitfadens zur Werbeanalyse das Werbeplakat auf Dialog Sowi S. 98 oder eine Werbung Ihrer Wahl (Plakat, Werbespot etc.) hinsichtlich der Werbebotschaft (vgl. auch AIDA Formel) untersuchen.

Produkt	
----------------	--

Zu untersuchender Aspekt:	Beispiel	Wirkung
Angesprochene Bedürfnisse /Wünsche		
Emotionale Reize (Kindschenschema, Erotik, Angst, Freude etc.)		
Kognitive Reize /Informationsangebot		
Musik		
Bild(er)		
Verhältnis Text/Bild		
Rationale Appelle zur Nützlichkeit, zum Preis, zur Qualität, zur Umweltverträglichkeit etc.)		
Appelle mit Experten		
Appelle mit Stars		
Appelle mit Nutzern		
Appelle mit Gefühlen		
Produktname		
Lebensgefühl		
Dialekt/Jugendsprache/Fachsprache/Fremdsprache		
Slogan		
Adressatenkreis		
....		

1. Begründen Sie, ob die ausgesuchte Werbung nach erfolgreicher Aufmerksamkeit (vgl. AIDA-Formel) auch das Bedürfnis zum Kauf des Produktes wecken wird.

2. Vergleichen Sie Ihre Ergebnisse im Kurs und diskutieren Sie, welche Faktoren den Werbeerfolg wesentlich bestimmen.

Abschließend können Sie eine eigene Werbecollage zu einem Produkt Ihrer Wahl erstellen.