

Werbung

Was ist Werbung?

AB 1: Lückentext



Setze die unten stehenden Begriffe richtig in die Lücken ein!

Aufgabe:

Werbeziele – Kaufinteresse – Bekanntheit – Direktwerbung – Sportveranstaltungen – Werbeagentur – Werbeaussage – Gemeinschaftswerbung – Konsumenten – Werbeausgaben – Öffentlichkeit

Was ist Werbung?

Als Werbung werden alle Massnahmen bezeichnet, die zum Ziel haben, die _____ und den dadurch begünstigten Absatz zu fördern. Unternehmen machen dabei mit Werbemitteln ihre Produkte und Dienstleistungen in der _____ bekannt. Zu den Werbemitteln zählen beispielsweise Werbespots am Fernsehen, gedruckte Anzeigen in Zeitungen und Zeitschriften oder Plakate als Aussenwerbung (z. B. bei _____). Werbung wird gemacht, um bei einer bestimmten Käufergruppe Aufmerksamkeit zu erlangen, Informationen über das beworbene Produkt oder die Dienstleistung zu vermitteln und um das _____ zu wecken.

Werbekampagne

Werbung wird entweder von der firmeneigenen Werbeabteilung oder von einer _____ geplant und umgesetzt. Um eine Werbekampagne gut planen zu können, müssen zuerst die Werbeziele und die Zielgruppe der Werbebotschaft (z. B. Männer zwischen 16 und 40 Jahren) bestimmt werden. Danach werden das Budget festgelegt und die _____ formuliert. Diese wird schliesslich über die vorher bestimmten Medien den möglichen Käufern vermittelt. Abschliessend findet eine Kontrolle statt, ob die anfangs definierten _____ erreicht werden konnten.

Werbeformen

Es gibt verschiedene Werbeformen. Unter _____ beispielsweise versteht man eine gemeinsame Werbung von mehreren Unternehmen für ihre gleichartigen Produkte oder Dienstleistungen (Bsp.: Schweizer Tourismus, Die Milch). Die _____ erreicht den möglichen Käufer direkt, das heisst ohne ein zwischengeschaltetes Medium. Sie wird mit der Post oder persönlich zugestellt.

Die Bedeutung der Werbung

Werbung hat für die Unternehmen eine grosse Bedeutung. Im Jahr 2000 betrugen beispielsweise die _____ fast vier Milliarden Franken. Dies war 9,8 Prozent mehr als im Jahr 1999. In den folgenden Jahren waren die Investitionen in die Werbung jedoch stark rückläufig. 2003 wurde schliesslich ein Tiefpunkt erreicht. Die Werbebranche hat sich seither nur wenig erholt. Denn wenn die _____ weniger kaufen, gehen die Umsätze eines Unternehmens, von denen das Werbebudget abhängt, zurück. Geht es also der Wirtschaft schlecht, hat dies auch negative Auswirkungen für die Werbebranche.

Werbung

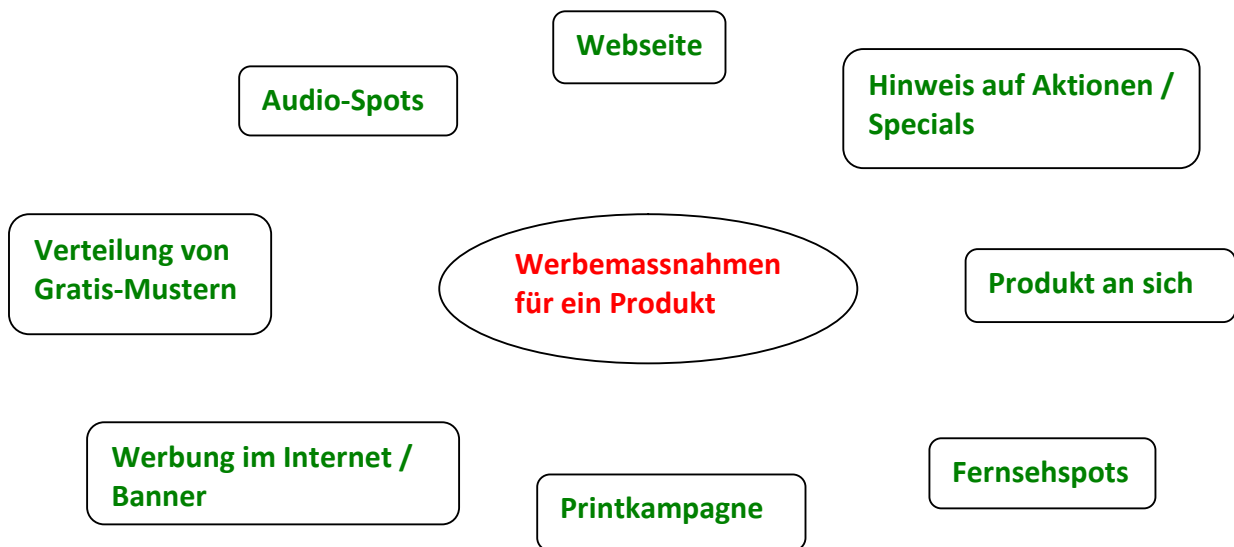
Die Werbekampagne

Informationstext



Information:

Hier erfährst du, mit welchen verschiedenen Werbemassnahmen ein Produkt bekannt gemacht werden kann.



Werbung

Wie ist Werbung aufgebaut?

Arbeitsblatt



Aufgabe 1:

Lies die Kurztexte aufmerksam durch und finde die richtigen Titel!

1. _____

Er enthält die eigentliche Aussage über das Produkt. Auch er soll überzeugend sein, damit das Produkt verkauft wird. Zudem muss er einfach, klar und positiv formuliert sein. Oft beinhaltet er wissenschaftliche Angaben und Zahlen („Der Aufheller mit metallischer Blondreflektion hellt ihr Haar auf“). Der Konsument wird dabei auf die Vorteile des Produkts aufmerksam gemacht.

2. _____

Er ist der wichtigste Teil der Werbung. Durch seine Knappheit, Einfachheit und Überzeugungskraft kann ihn sich der potenzielle Käufer gut einprägen. Er soll dem Konsumenten in Erinnerung bleiben und das Produkt interessant und positiv darstellen. Er kann beispielsweise als Aussage („s’isch guet, s’Valserwasser“, „Life tastes good“), als Aufforderung („Make it real“, „Fly Swiss“), oder als Wortspiel („Rhäzünser isch gsünser“, „Ice-cold Sunshine“) formuliert sein.

3. _____

Erst durch dieses ist die Werbung vollständig. Oft ist es selbsterklärend und zeigt das Produkt von seiner besten Seite. Wichtiger Bestandteil davon sind Farbe, Platzierung des Produkts und Positionierung der Wörter. Ist es interessant und originell, bleibt es dem Betrachter länger im Gedächtnis.

Werbung

Wie ist Werbung aufgebaut?

Arbeitsblatt



Aufgabe 2:

Beschrifte die beiden Werbungen mit den im vorherigen Arbeitsblatt beschriebenen Bestandteilen. Womit wird bei dieser Werbung gespielt?

1. _____

2. _____

Marken in Aktion bei Coop.
Dienstag, 20. Mai, bis Samstag, 31. Mai 2014, solange Vorrat

Neu choco

Mit der schokoladigsten Ovo kannst du's auch nicht besser. Aber länger.

6.95 statt 8.55
ovo drink choco, 3 x 500 ml (100 ml = 0.46)

4.95 statt 5.85
ovo drink, 3 x 250 ml (100 ml = 0.66)

22.95 statt 29.30
Ovomaltine original, 2 x 1 kg (100 g = 1.15)

6.95 statt 8.50
Ovomaltine crunchy cream, 2 x 250 g (100 g = 0.87)

8.95 statt 11.30
Ovomaltine petit beurre, 3 x 145 g (100 g = 2.09)

8.95 statt 10.50
Ovomaltine crunchy biscuit, 3 x 250 g (100 g = 1.19)

9.95 statt 11.40
Ovomaltine Schokolade, 6 x 100 g (100 g = 1.66)

5.40 statt 6.40
choco ovo, 8 x 20 g (100 g = 4.50)

8.95 statt 11.40
Ovomaltine flakes, 2 x 450 g (100 g = 0.99)

8.95 statt 11.30
Ovomaltine crisp malted, 2 x 500 g (100 g = 0.90)

Weitere Ovomaltine Produkte in Aktion finden Sie jetzt in Ihrem Coop Supermarkt.

Online-Bestellungen unter www.coophome.ch
*erhältlich in größeren Coop Supermärkten.

Ovomaltine

3. _____

Werbung

Wie ist Werbung aufgebaut?

Arbeitsblatt



1. _____

LIDL Wir machen die günstigen Preise! **AUF DAUER GÜNSTIGER!**

www.lidl.ch

Produkt	Preis
Lager-Bier (4,9% Vol., pro 0,5-l-Dose, 11 = -98)	49
Gorgonzola DOP (Dolce/piccante, pro 200-g-Packung, 100 g = 1,30)	2,19
Optimal Color/Black Velvet (Flüssigwaschmittel - 30WG, pro 1,5-l-Flasche, 1 l = 5,64)	8,45
Camembert (Französischer Weichkäse, pro 250-g-Packung, 100 g = 1,-)	2,49
Schweins-Nierstück (Herkunft: Schweiz, pro 400-g-Packung, 100 g = 2,38)	9,49
Olivenöl (Extra vergine, pro 0,75-l-Flasche, 1 l = 6,66)	4,99
Semmeli (Frisch in der Filiale aufbacken, pro 90 g, 100 g = -88)	79
Aroma-Fond (Universalwürze, pro 200-g-Dose, 100 g = 1,-)	1,99
Gehackte Tomaten (Polpa di pomodoro, pro 425-ml-Dose, 100 g = -29 (Abtropfgewicht))	69
Grönland Crevetten (In den Sorten: Natur/Bärlauch/Süss & Fruchtlig, pro 250-g-Packung, 100 g = 1,52)	3,79
Kaug-Dragees (Diverse Sorten, pro 4 x 33-g-Packung, 100 g = -91)	1,19
Traubenzucker (Diverse Sorten, pro 2 x 50-g-Packung)	99
Soft-Aprikosen (pro 200-g-Beutel, 100 g = -90)	1,79

Keine Aktion - DAUERHAFT!!!

Lidl lohnt sich.

www.lidl.ch

3. _____

2. _____

Werbung

Werbeslogans

Arbeitsblatt



Aufgabe:

Lies die Slogans von verschiedenen bekannten Produkten oder Marken und übersetze sie. Wie sind die Slogans aufgebaut? Was wird über das Produkt vermittelt?

How alive are you? (Jaguar)

Nonstop you (Lufthansa)

Mentos – The Freshmaker.

Because it's everybody's business
(Microsoft)

Just do it (Nike)

Life goes mobile! (Nokia)

We've got you covered (Pentax)

Innovation and you (Philips)

We love to entertain you. (Pro 7)

I'm lovin' it (McDonald's)

Make the most of your break (KitKat)

Do it for you (Douglas)

Because change happenZ (Zürich)

You can Canon (Canon)

Be moved (Sony)

Think different (Apple)

Feel the difference (Ford)

Your way (Burger King)

Werbung

Interrupt: Slogans erfinden

Arbeitsblatt



Aufgabe:

Erfinde je einen passenden Slogan für folgende Produkte!



