Projekt:	MO-ME-N-T MOderní MEtody s Novými Technologiemi
Reg.č.:	CZ.1.07/1.5.00/34.0903
Operační program:	Vzdělávání pro konkurenceschopnost
Škola:	Hotelová škola, Vyšší odborná škola hotelnictví a turismu a Jazyková škola s právem státní jazykové zkoušky Poděbrady
Tematický okruh:	WERBUNG
Jméno autora:	Mgr. Alena Formanová
Datum:	30.01.2014
Ročník: (Cíl. skupina):	4. ročník
Anotace:	AIDA, nástroje reklamy, jazyk reklamy, reklamní prospekt. Pracovní list.

Werbung

Von theoretischen Informationen zu praktischen Aufgaben

Mgr. Alena Formanová

Allgemeine Meinung von der Werbung

Informiert über Neuigkeiten…

Beschönigt!

Zeigt schreckliche Klischees…

Zu viel Werbung nervt mich… ich will fernsehen!

Veschweigt die Nachteile eines Produktes…

Verführt mich zum Kaufen…

Manipuliert mit mir schrecklich…

Beeinflusst mich, ich gehe und kaufe..

Verteuert die Produkte…

Ist manchmal sehr witzig und lustig…

Zeigt nur die Vorteile eines Produktes…

Zeigt nur eine Scheinwelt…

Das wichtigste Prinzip der Werbung

A	Attention	Aufmerksamkeit des Kunden wecken
I	Interest	Interesse des Kunden wecken
D	Desire	Kaufwunsch bei ihm wecken
A	Action	Der Kunde handelt = kauft!!!!

Durch die Werbung bekannt werden…

- Eine Werbung, die niemand kennt, ist keine gute Werbung.

- Gute, witzige, einprägsame Werbung macht das Produkt bekannt und gibt ihm das interessante Image.

Geil! Nur wir zwei! Live dabei!

(Werbung Ski Amadé Österreich)

Wie macht man gute Werbung?

- Werbetexte müssen kurz, klar, interessant, treffend, witzig, glaubwürdig, mit Beziehung zum Kunden sein.
- Lange Sätze, endlose Aufzählung der Details sind uninteressant. Weniger ist mehr.
- Farben erregen die Aufmerksamkeit, rufen Assoziationen hervor.
- Der richtige Kontrast zwischen Hintergrund und Schriftfarbe ist wichtig.
- Richtige Schrifttypen und Schriftgrad wählen.

Werbeelemente

Sinnliche Werbeelemente

Farbe, Schall, Geschmack, Design, Bild

Inhaltliche Werbeelemente

Werbeideen, Sprachinhalt

Formale Werbeelemente

Anordnung, Größe, Schriftgestaltung

Sprache der Werbung

In Werbetexten finden wir manchmal bestimmte sprachliche Mittel z. B.

den Reim

die Wiederholung

den Superlativ

das Wortspiel

die Steigerung

unvollständige Sätze

Die Werbeslogans enthalten eine Reihe von Wörtern, die es in der deutschen Sprache bisher nicht gegeben hat, die von Werbetextern neu geschaffen wurden.

Die Slogans enthalten manchmal stark übertreibende , raffinierte Adjektive oder unscharfe Begriffe, unter denen man sich entweder nichts oder Beliebiges vorstellen kann.

- Today, tommorow, Toyota
- Bitte ein Bit. Bitburger. Ein Besonderes unter den Besten.
- Když potká sob soba, mají radost oba.
- Gut, besser, Gösser (Bier).
- Duplo – die beste Praline der Welt.
- Lieber trocken trinken als trocken feiern (Henkell trocken, Sekt)
- Sparen Sie nicht bei …, sparen Sie bei uns!
- Wenn es um Geld geht,….
- Nicht immer, aber immer öfter.
- Ritter Sport - praktisch, quadratisch, gut.
- Alles Müller, oder was??
- Schneehungrige werden satt bei uns.
- Hier spricht der Preis.
- Ihr Calgon hält die Waschmaschine jung.
- Weißer Riese: Riesenweiß durch Riesenwaschkraft

- Sieh auch: http://de.wikiquote.org/wiki/Werbespr%C3%BCche

Vorteile und Nachteile einiger Werbemittel

- Werbung im Fernsehen: großer Erinnerungseffekt durch raffinierte Werbesprache, einfache Orientierung, anschaulich, große Reichweite, aber nur für allgemeine Konsumgüter geeignet
- Werbung im Radio: große Reichweite, nur akustische Einwirkung, manchmal zu einfach
- Zeitungen, Zeitschriften: für gewünschte Zielgruppen, mehrfacher Zugriff möglich
- Plakate: auffallend, weil sie über das Bild wirken, meistens oberflächliche Information
- Briefkastenwurfsendungen: schneller Zugriff von zu Hause, für gewünschte Zielgruppen, detaillierte Informationen, manchmal zu viel, deswegen unbeliebt

Weitere Werbemittel

- Prospekte
- Informationsblätter
- Werbebriefe
- Inserate
- Gästezeitungen
- Ansichtskarten, Werbegeschenke, Fotos
- Aufkleber
- Videoclips, Spots

Quelle: eigenes Werk

Wer braucht die Werbung?

- Automobilindustrie
- Erzeuger der Kosmetik und Waschmittel
- Lebensmittelindustrie
- Elektronikindustrie
- Pharmazeutische Firmen
- Gastronomiebetriebe, Hotels und natürlich der Fremdenverkehr

Quelle: eigenes Werk

Achtung!

- Ein Bestandteil dieses Themas ist mein Arbeitsblatt.
- Öffnen Sie das Arbeitsblatt und machen Sie die Aufgaben!

☺