

## WER MACHT WERBUNG?

- a) Kommerzielle Werbung (Reklame): .....
- b) Politische Werbung (Propaganda): .....
- c) Anwerbung, Mission: .....

## WO GIBT ES WERBUNG?

...*Zeitschriften, Radio*, .....

## WO GIBT ES (NOCH) KEINE WERBUNG: ...*Kirche* .....

### GRUNDSÄTZE DER WERBUNG:

- Nicht einmal, sondern tausendmal werben!
- Hässlichkeit verkauft sich schlecht! (Ausnahme: Schock-Werbung)
- An Prestige- und Konsumbedürfnisse appellieren!
- Nicht überzeugen, sondern überreden!
- Von der Konsumdeckung zur Konsumweckung vorstoßen.



## ZIELGRUPPEN (Wer könnte Interesse am Produkt haben?):

...*Singles, Hundebesitzer*, .....

**Kinder und Jugendliche** sind als wirtschaftlicher Faktor in dreifacher Hinsicht von Bedeutung: .....

## Aufgabe: Wähle je eine der drei Gruppen als Zielgruppe für die Werbung:

|  |                     |                 |              |
|--|---------------------|-----------------|--------------|
| Schnuller „Bibinuck-Dental“                | <u>junge Mütter</u> | Autofahrerinnen | Kleinkinder  |
| Ferrari „Testazurra“                       | Lehrlinge           | Rentner         | Golfspieler  |
| Lollipop-Tele Privatfernsehen              | SchülerInnen        | Ärzte           | Bäuerinnen   |
| Unkrautvertilger „Ratzeputz“               | Grundschüler        | Senioren        | Hausbesitzer |
| Filterzigarette „Canceratic“               | Rekruten            | Hausfrauen      | Lehrer       |
| Ferieninsel „Platz-an-der-Sonne“           | Lehrer              | Discobesucher   | Kleinkinder  |
| Erlebnisinsel „Fun & Action at Robinson’s“ | Lehrer              | Discobesucher   | Kleinkinder  |

## ARTEN DER WERBUNG:

**Informative Werbung** .....

**Suggestive Werbung** .....

**Erinnerungswerbung** .....

Mundpropaganda .....

Schleichwerbung: .....

Schmarotzerwerbung (Ambush-Marketing) .....

Werbegeschenke .....

Telefonwerbung .....

Spam .....

Couponing ...*Rabattmarken* .....

**suggestiv** bedeutet:  
*einflüsternd,  
beschwörend,  
überredend*