

Was Werbung alles kann



1 Unzählige Werbetafeln erleuchten die Nacht am Times Square in New York City.

Werbung ist überall: Plötzlich wird deine Lieblingssendung im Fernsehen an der besten Stelle für mehrere Minuten durch kurze Filme über Shampoos, Sportschuhe oder Süßigkeiten unterbrochen. Bei einem Fußballspiel stehen riesige, bunte Tafeln direkt neben dem Spielfeld. Ob Werbespots oder Werbeplakate – in beiden Fällen bezahlen große Unternehmen dafür viel Geld, damit ihre Produkte von Zuschauern wahrgenommen und natürlich letztlich auch gekauft werden.

Werbung ist ein Teil von Marketing

Bevor ein neues Produkt gekauft wird, muss es der Kunde kennen und den Wunsch verspüren, es zu kaufen. Um beispielsweise Jugendliche zu erreichen, tauchen auf beliebten Webseiten oder in Handy-Apps oft Werbebanner auf, um so das jeweilige Produkt bekannter zu machen. Als Werbung sind diese Banner Teil des sogenannten „Marketing“. Dies ist eine Kombination von verschiedenen Maßnahmen, um ein Produkt erfolgreich zu verkaufen. Das Marketing kann Einfluss darauf nehmen, wie sich die Nachfrage nach einem Produkt entwickelt.

Marketing (engl.) bedeutet „Vermarktung“.

Werbung sorgt für Aufmerksamkeit

Mithilfe von Werbung wollen die Anbieter uns informieren und uns davon überzeugen, welchen Vorteil wir vom Kauf eines neuen Produktes hätten. Jeder Anbieter sucht auf kreative Weise nach Wegen, wie er am besten auf sich aufmerksam machen kann. Er kann seine Kunden entweder direkt ansprechen, gedruckte Broschüren versenden, eine Anzeige in der Zeitung platzieren oder in digitalen Medien (Internet, soziale Netzwerke) kommunizieren.

Werbung nützt bei Wettbewerb

Egal ob für Elektronik, Kosmetik, Nahrungsmittel, Sport, Reisen, Kleidung oder Dienstleistungen: Ohne Werbung würden sie nicht gekauft oder nachgefragt. Wenn es eine starke Konkurrenz am Markt gibt, versuchen die Anbieter, sich gegenseitig durch gute Werbung zu überbieten.

Starker Job:

Mediengestalter / in

Mein Arbeitgeber ist eine Werbeagentur. Ich betreue wichtige Kunden, die ihr Marketing von mir planen lassen. Entweder sitze ich am PC oder bin direkt beim Kunden. Ich gestalte Verpackungen und Webseiten, exakt auf die Wünsche des Kunden abgestimmt. Ich teste Farben, Schriftarten und finde witzige Werbebotschaften. Wie gefällt dir das: „Cal-Q-late, mit unseren Matheheften kannst auch du rechnen!“



- ✗ Werbung begegnet uns überall – sie ist ein Teil des Marketing-Mix.
- ✗ Ohne das richtige Marketing würde der Kunde gar nicht wissen, was es gibt.
- ✗ Die AIDA-Formel beschreibt, wie Werbung in uns wirken soll.

Werbung passiert im Kopf

Werbung soll auf eine ganz bestimmte Weise bei uns wirken. Sie enthält Informationen, die uns der Anbieter des Produktes vermitteln möchte. Diese Botschaft soll sich dauerhaft in unserem Kopf einprägen und bestimmte Gefühle erzeugen. Sind diese mit dem Produkt verknüpft, fallen sie uns vor jeder Kaufentscheidung wieder ein. Werbung kann sich so fest in unseren Gehirnen verankern. So braucht der Anbieter nicht jedes Mal aufs Neue unsere Aufmerksamkeit zu wecken.

A	Attention (Aufmerksamkeit): Werbung soll Aufmerksamkeit erregen.
I	Interest (Interesse): Sie soll das Interesse der Kunden am Produkt wecken.
D	Desire (Verlangen): Sie soll den Wunsch auslösen, das Produkt zu besitzen.
A	Action (Handeln): Sie soll die Kunden zum Kauf bewegen.

2 Die AIDA-Formel beschreibt die Ziele von Werbung.

Das Produkt
Wie muss unser Produkt gestaltet sein, damit es den Kunden interessiert?

Der Preis
Wie viel darf unser Produkt maximal kosten, damit der Kunde es kauft?

Die Platzierung:
Wo sollte unser Produkt angeboten werden, damit der Kunde es findet?

Die Promotion
Welche Werbung sollten wir für unser Produkt machen, damit es der Kunde kauft?

3 Die „4 P“ ergeben den optimalen Marketing-Mix.

Werbung nutzt die AIDA-Formel

Marketing-Experten überlegen sich gemeinsam mit dem Anbieter, wie sie die Werbung mithilfe der **AIDA-Formel** gestalten können. Danach stimmen sie den Marketing-Mix aufeinander ab und suchen nach der optimalen Strategie, um ein Produkt dauerhaft am Markt zu platzieren. Neben dem eigentlichen Produkt sind Preis, Platzierung und Promotion die entscheidenden Faktoren für das Marketing.

Promotion ist ein anderes Wort für Werbung.

Strategie ist ein langfristiger Plan.

- 1 a) Erstelle eine Liste mit Orten, an denen du Werbung findest.
b) Vergleiche eure Listen.
c) Nennt Beispiele, auf welchem Weg Werbung gezielt Jugendliche anspricht.
- 2 Welche Werbung gefällt dir persönlich gut? Nenne Beispiele und begründe deine Wahl.
- 3 Warum arbeitet Werbung mit Gefühlen? Erläutere.
- 4 a) Sammelt je fünf verschiedene Werbeanzeigen aus Zeitungen oder Zeitschriften und klebt diese auf ein großes Blatt
b) Analysiert gegenseitig eure Beispiele mithilfe der AIDA-Formel.
c) Wählt ein Beispiel aus und präsentiert es der Klasse.
- 5 Ein Hersteller für Schulhefte überlegt, wie er erfolgreich für seine Produkte werben kann. Er bittet um eure Hilfe:
 - a) Beschreibt das Marketing für das Schulheft mithilfe der „4 P“.
 - b) Gestaltet eine Werbeanzeige für das Schulheft. Beachtet dabei die AIDA-Formel.
 - c) Entwickelt eine Werbestrategie für das Schulheft: Wo, in welcher Form und wie oft würdet ihr Werbung einsetzen?