Werbeslogans

Alles ……., oder was?

Trau dich zart zu sein.

Ich liebe es.

Quadratisch. Praktisch. Gut.

…… verleiht Flügel.

Mach dir Freude auf.

Just do it.

……. macht Kinder froh und Erwachsene ebenso.

Wir wollen uns nun mit dem Thema Werbung beschäftigen. Oben abgedruckt findest du einige berühmte **Werbeslogans**. Unter einem Slogan versteht man einen einprägsamen und sehr leicht zu merkenden Spruch oder Satz, der die Werbebotschaft des beworbenen Produktes oder der Marke zusammenfasst. Da diese Sprüche im Fernsehen oder Radio oft wiederholt werden, verbinden wir sie irgendwann automatisch mit einem bestimmten Produkt oder einer Marke.

Beeinflusst Werbung unser Kaufverhalten?

Daniel: „Oh, cool…!“
Mutter: „Daniel, was ist denn los?“
Daniel: „Mama, schau doch mal. Ist der Sportschuh nicht toll?“
Mutter: „Wir haben es eilig!“
Daniel: „Auf die Schuhe bin ich schon vor ein paar Tagen in der Fernsehwerbung aufmerksam geworden.“
Mutter: „Ach Daniel, komm schon.“
Daniel: „Genau diese Schuhe möchte ich haben. Sie sehen super aus, haben viele Funktionen und sind sehr günstig.“
Mutter: „Na Daniel, bei dir hat AIDA aber super gewirkt!“
Daniel: „Häh, was ist los?“

Ein Unternehmen, das Waren herstellt, will sie auch verkaufen. Aber woher sollen die Menschen wissen, welche Waren es gibt und wo man sie bekommt?

Die Unternehmen nutzen Werbung, um ihre Produkte bei den Käufern bekannt zu machen und um über die Merkmale der Produkte zu informieren, zum Beispiel über die besonderen Eigenschaften oder den Preis eines Sportschuhs. Mithilfe von Farben, Bildern oder Musik versucht die Werbung den Kunden zu beeinflussen und ein Bedürfnis bei ihm zu wecken.

Werbung soll für das Produkt eine positive Vorstellung („Image“) beim Kunden aufbauen und es gegenüber Produkten von anderen Herstellern abgrenzen und als besser darstellen. Eine gelungene Werbung regt die Menschen zum Kauf des Produkts an.

Deshalb stellt Werbung immer die „Schokoladenseite“ des Produktes dar, nämlich seinen Nutzen und seine Vorteile, aber nicht seine Schwachstellen. Das gelingt besonders gut, wenn die Werbung neben sachlichen Informationen über das Produkt (Material, Funktionsweisen…) auch Gefühle, Wertschätzungen und Einstellungen des Käufers anspricht. Den Wirkungsablauf von Werbung beschreibt man mit der sogenannten **AIDA-Formel**:

A = attention = Aufmerksamkeit erregen
I = interest = Interesse auf das Produkt lenken
D = desire = Besitzwunsch anregen
A = action = zum Handeln (= Kaufen) bringen

1. Kontrolliere die Arbeitsblätter („Was muss ein Handy können?“ und „Nachhaltiger Umgang mit dem Handy“) aus der letzten Woche. Die Lösungen findest du am Ende des Dokuments.
2. Welches Produkt beziehungsweise welche Marke wird mit den abgedruckten Werbeslogans beworben?
3. Notiere weitere Werbeslogans, die du kennst.
4. Lies dir die Informationen auf dem Arbeitsblatt „Beeinflusst Werbung unser Kaufverhalten?“ durch und markiere das Wichtigste.
5. Bist du wie Daniel auch schon mal durch Werbung zum Kauf verführt worden? Wenn ja, bei welchem/n Produkt/en?
6. Welche Funktionen hat Werbung für ein Unternehmen? (Tipp: Beachte die AIDA-Formel!)

Bei Fragen kannst du mich unter lea.loge@gmail.com kontaktieren.

Lösungen:

Was muss ein Handy können?

3. Kriterien beim Handy-Kauf:

- Manche möchten immer das das neueste Modell
- Marke (I-Phone…)
- Budget (Wie viel Geld hat man zur Verfügung?)
- Aussehen/Design
- Funktionsweise
- Anbieter/Verkäufer (vor allem bei Kauf eines Handys mit Vertrag)

Nachhaltiger Umgang mit dem Handy

6. Nachhaltiger Umgang mit dem Handy:

- Nicht immer das neueste Handy kaufen, wenn das alte noch funktioniert
- Handy ausschalten, wenn man es nicht braucht, um Strom zu sparen bzw. die Benutzung einschränken, da so der Akku länger hält
- Eine Hülle verwenden, um das Handy vor Schäden zu schützen
- Kaputte Handys reparieren, statt ein neues kaufen
- Freunde und Bekannte nach einem gebrauchten Handy fragen, wenn das eigene nicht mehr funktioniert
- Überarbeitete, gebrauchte Handys kaufen, statt ein neues
- Wenn das Handy wirklich kaputt ist, so entsorgen, dass die Rohstoffe wieder verwendet werden können

7. Um ein Handy zu produzieren, werden viele Rohstoffe benötigt. Umso häufiger man sich also grundlos ein neues Handy kauft, umso mehr Rohstoffe werden verbraucht. Dies schädigt die Umwelt, da für die Gewinnung der Rohstoffe beispielsweise viele Wälder gerodet werden müssen und die Natur verschmutzt wird. Dadurch verlieren Pflanzen und Tiere ihren Lebensraum. Auch für die Menschen, die die Rohstoffe abbauen müssen, kann die Arbeit sehr gefährlich werden.

8. Beispiele:

Wofür verwende ich mein Handy? (Verwendungsart)	**Warum verwende ich mein Handy? (Nutzungsgrund)**	**Was könnte ich stattdessen tun? (andere Lösungen)**
Wecker	Um mich morgens für die Schule wecken zu lassen	Einen richtigen Wecker verwenden
Nachrichten schreiben	Um mich mit einem Freund zu verabreden	Mit dem Festnetztelefon kurz telefonieren, statt mehrere Nachrichten zu schicken
Spiele-Apps	Zeitvertreib gegen Langeweile	Ein Brettspiel spielen