

Werbung

Wie ist Werbung aufgebaut?

Info für Lehrpersonen



Arbeitsauftrag	Die Lehrperson erklärt den Auftrag und verteilt das Arbeitsblatt. Die Lösung wird gemeinsam besprochen.
Ziel	Die SuS lernen mit einem Arbeitsblatt selbstständig, wie eine Werbung aufgebaut ist.
Material	Arbeitsblatt Lösungsblatt
Sozialform	Einzelarbeit
Zeit	10'

Quelle Lidl-Bild: <https://www.presseportal.ch/de/pm/100016795/100613553>

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 8.50
 ovo drink choco, 3 x 500 ml (100 ml = 0.46)

4.95 statt 5.85
 ovo drink, 3 x 250 ml (100 ml = 0.56)

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 400 g (100 g = 0.87)

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

8.95 statt 11.10
 *Ovomaltine petit beurre, 3 x 145 g (100 g = 2.04)

8.95 statt 10.50
 Ovomaltine crunchy biscuit, 3 x 250 g (100 g = 1.17)

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

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

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

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

Online-Bestellungen unter www.coop.ch/home.ch
 *Erschänlich 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

Lager-Bier <ul style="list-style-type: none"> 4,9% Vol. pro 0,5-l-Dose 11 = -98 <p>5,49 4,99</p>	Gorgonzola DOP <ul style="list-style-type: none"> Dolce piccante pro 200-g-Packung 100 g = 1,10 <p>2,35 2,19</p>	Optimal Color/Black Velvet <ul style="list-style-type: none"> Flüssigwasmittel - 30WG pro 1,5-l-Flasche 11 = 5,64 <p>8,95 8,45</p>
Camembert <ul style="list-style-type: none"> Französischer Weichkäse pro 250-g-Packung 100 g = 1,- <p>2,95 2,49</p>	Schweins-Nierstück <ul style="list-style-type: none"> Herkunft: Schweiz pro 400-g-Packung 100 g = 2,38 <p>9,99 9,49</p>	

Keine Aktion - DAUERHAFT!!!

Olivenöl <ul style="list-style-type: none"> Extra vergine pro 0,75-l-Flasche 11 = 6,66 <p>5,15 4,99</p>	Semmeli <ul style="list-style-type: none"> Frisch in der Filiale aufbacken pro 90g 100 g = -88 <p>1,08 0,79</p>	Aroma-Fond <ul style="list-style-type: none"> Universalwürze pro 200-g-Dose 100 g = 1,- <p>2,49 1,99</p>	Gehackte Tomaten <ul style="list-style-type: none"> Polpa di pomodoro pro 425 ml-Dose 100 g = -29 (Abtropfgewicht) <p>1,04 0,69</p>
Grönland Crevetten <ul style="list-style-type: none"> In den Sorten: Natur (Bärbauch) Süß & Feurig Süß & Fruchtlig pro 250-g-Packung 100 g = 1,52 <p>4,49 3,79</p>	Kaug-Dragees <ul style="list-style-type: none"> Diverse Sorten pro 4x33-g-Packung 100 g = -91 <p>1,59 1,19</p>	Traubenzucker <ul style="list-style-type: none"> Pastillen Diverse Sorten pro 2x50-g-Packung <p>1,15 0,99</p>	Soft-Aprikosen <ul style="list-style-type: none"> pro 200-g-Beutel 100 g = -50 <p>1,69 1,79</p>

Alle Preise in Schweizer Franken (CHF). Angebote solange Vorrat. Angebote nur in handelsüblichen Mengen. Verkauf ohne Dekoration. Näherung für Satz- und Druckfehler vorbehalten.

Lidl lohnt sich. www.lidl.ch

3. _____

2. _____

Werbung

Wie ist Werbung aufgebaut?

Lösung



1. Der (Werbe)-Text

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. Der (Werbe)-Slogan

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. Das Bild

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.