

Werbeaufgaben

Aufgabe 1

Welches Wort passt in die Lücke? Ergänzen Sie den Text mit Wörtern aus dem Kasten.

Vorteile – Kauf – Verwendung – gerufen – Leistungen – Befürchtungen – Markenimage – Produkt – Preisänderungen – differenzieren – Meinungen

Werbeziele

Die Ziele, die man erreichen will, sind für die weitere Arbeit von besonderer Bedeutung. Werbefachleute unterscheiden drei Schwerpunkte:

- *Information:* Das Informieren steht im Vordergrund, wenn ein neues bekannt gemacht werden muss oder wenn neue angeboten werden, z.B. besondere Serviceleistungen, wenn ein aufzubauen, zu erklären, zu zerstreuen, die eines Produkts zu erklären ist bzw. sind.
- *Überzeugen:* Hier geht es darum, die des eigenen Produkts herauszustellen, sich von der Konkurrenz zu, Kunden zum zu ermuntern, über Produkte zu verändern usw.
- *Erinnern:* Ein reifes Produkt muss immer wieder in Erinnerung werden.

Aufgabe 2

Welches Wort passt in die Lücke? Ergänzen Sie den Text mit Wörtern aus dem Kasten.

richtiggestellt – Nachteile – Sendungen – bedürfnisse – Käufer – schlechte – manipulierte – kritisch

Kritik

Werbung steht oft auch im Kreuzfeuer der Kritik. Die Kritiker werfen ihr vor, sie die Kunden, Information sei nur ein Vorwand und sie schaffe ständig neue Konsum-..... Die meisten Kunden sind genug, um fragliche Aspekte zu prüfen; zudem ist die Beschönigung echter auf die Dauer nicht erfolgreich – der Konkurrenzkampf wirkt hier heilsam. Das Produkt wird an den Rand oder ganz aus dem Markt gedrängt. Bewusste Irreführung und die Verbreitung falscher Informationen sind aber nicht legitim. Auch diese werden aber meist sehr rasch durch kritische Beobachter wie Konsumentenorganisationen, die Medien z.B. das Fernsehen in seinen konsumentenorientierten und marktkritischen, oder die Konkurrenz, so dass die eine faire Chance haben, sich zu informieren.

Aufgabe 3

Im folgenden Text fehlen die Präpositionen. Ergänzen Sie bitte : an, auf, in, über oder unter.

Werbung Litfasssäulen, Plakatwänden, Fussballstadien, Strassenbahnen, Bahnhöfen, Kleidungsstücken – das alles ist schon bekannt und nicht mehr neu. Gefragt sind heutzutage aussergewöhnliche Werbeflächen. Werbung, die nicht nur Auge fiel, sondern auch Auge ging, bot z.B. die Sportartikelfirma „Puma“ während der Olympischen Spiele in Atlanta. Der Sprinter Linford Christie trug pumaförmige Kontaktlinsen und provozierte damit heftige Diskussionen um werbliche Nutzflächen. Ob Äpfeln, gekochten Eiern, Fahrradspeichern oder Zapfpistolen, die Möglichkeit der Platzierung dieser so genannten „eye-catcher“ scheinen

aber bei weitem noch nicht ausgeschöpft. Grosse Flächen in Form von Hausdächern, kleine Kreationen Fingernägeln, Werbung Wasser und der Luft – einfallsreichen Produktmanagern bleibt noch viel Raum, ihre Botschaften Volk zu bringen.

Aufgabe 4

Akkusativ oder Dativ? Ergänzen Sie die Endungen!

- 1) Mit d..... Werbung haben wir keine Probleme.
- 2) Wir schicken Entwürfe für d..... Anzeigen.
- 3) Seit dies..... Werbekampagne ist der Umsatz gestiegen.
- 4) Was können wir gegen d..... Konkurrenz machen ?
- 5) Er ist durch d..... Werbung bekannt geworden.

Aufgabe 5

Kofferwerbung - Ergänzen Sie die Endungen!

Koffer aus besonders gut.... Material mit leicht erreichbar.... Aussentasche und praktisch.... Griff für den anspruchsvollen Geschäftsmann. Er zeichnet sich durch gering.... Eigengewicht, elegant.... Design und gross..... Haltbarkeit auch bei extrem..... Belastungen im täglich.... Einsatz aus. Der formschön..... Koffer verfügt ausserdem über zahlreich..... Fächer für das sicher..... Aufbewahren von wichtig..... Reisedokumenten. Ausserdem : Gross..... Spezialfach für Ihr tragbar..... Notebook und Ihren tragbar..... Drucker sowie für sonstig..... Zubehör. Der verstellbar..... Tragegriff erfüllt all..... Bestimmungen der Fluggesellschaften und verspricht höchst..... Tragekomfort. Maximal..... Ladegewicht : 23 kg.

Aufgabe 6

Autowerbung - Ergänzen Sie die Endungen!

Viel Neu... und wenig Alt... . Das ist das neu... Modell unserer supermodern... X-Serie! Dieses Auto ist ausgestattet mit einem stark... Motor und nach Wahl mit modern... Automatik. Begeistern werden Sie der gross... Innenraum, die bequem... Sitze mit weich... Leder und der Komfort einer sportlich... Reiselimousine. Auf lang... Reisen unterhält Sie ein leistungsstark... Radio-CD-Gerät. Und all das zu einem wirklich... Überraschungspreis.

Aufgabe 7

Kombinieren und ergänzen Sie.

1. Die neuen Modelle werden	für	ein..... Woche.
2. Die Werbekampagne läuft	nach	d..... Entwicklungsabteilung entworfen.
3. Unsere Firma arbeitet	von	d..... Werbeanzeigen.
4. Der Preis ist	ohne	Werbemassnahmen gezielt gesteigert.
5. Wir müssen stärker	gegen	ein..... Werbeagentur zusammen.
6. Der Werbeslogan ist	seit	ein..... Erhöhung des Werbeetats nicht fortsetzen.
7. Wir können die Werbekampagne	mit	d..... neu..... Anzeigentarifen erkundigen.
8. Frau Steller, kümmern sie sich bitte	nach	kurz..... Zeit überall bekannt.
9. Ich muss mich dringend	durch	unser..... Zielpublikum ein sehr wichtiges Argument.
10. Die Umsätze werden	um	d..... Konkurrenz arbeiten.