

Werbeaufgaben

Aufgabe 1

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 **Produkt** bekannt gemacht werden muss oder wenn neue **Leistungen** angeboten werden, z.B. besondere Serviceleistungen, wenn ein **Markenimage** aufzubauen, **Preisänderungen** zu erklären, **Befürchtungen** zu zerstreuen, die **Verwendung** eines Produkts zu erklären ist bzw. sind.
- *Überzeugen:* Hier geht es darum, die **Vorteile** des eigenen Produkts herauszustellen, sich von der Konkurrenz zu **differenzieren**, Kunden zum **Kauf** zu ermuntern, **Meinungen** über Produkte zu verändern usw.
- *Erinnern:* Ein reifes Produkt muss immer wieder in Erinnerung **gerufen** werden.

Aufgabe 2

Kritik

Werbung steht oft auch im Kreuzfeuer der Kritik. Die Kritiker werfen ihr vor, sie **manipuliere** die Kunden, Information sei nur ein Vorwand und sie schaffe ständig neue **Konsumbedürfnisse**. Die meisten Kunden sind **kritisch** genug, um fragliche Aspekte zu prüfen; zudem ist die Beschönigung echter **Nachteile** auf die Dauer nicht erfolgreich – der Konkurrenzkampf wirkt hier heilsam. Das **schlechte** 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 **richtig gestellt** durch kritische Beobachter wie Konsumentenorganisationen, die Medien z.B. das Fernsehen in seinen konsumentenorientierten und marktkritischen **Sendungen** oder die Konkurrenz, so dass die **Käufer** eine faire Chance haben, sich zu informieren.

Aufgabe 3

Werbung **auf/ an** Litfasssäulen, **auf/ an** Plakatwänden, **in** Fussballstadien, **in/ auf** Strassenbahnen, **in** Bahnhöfen, **auf** Kleidungsstücken – das alles ist schon bekannt und nicht mehr neu. Gefragt sind heutzutage aussergewöhnliche Werbeflächen. Werbung, die nicht nur **ins** Auge fiel, sondern auch **ins** 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 **auf** 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 **unter/ auf** Fingernägeln, Werbung **im** Wasser und **in** der Luft – einfallsreichen Produktmanagern bleibt noch viel Raum, ihre Botschaften **unters** Volk zu bringen.

Aufgabe 4

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

Aufgabe 5

Koffer aus besonders gutem Material mit leicht erreichbarer Aussentasche und praktischem Griff für den anspruchsvollen Geschäftsmann. Er zeichnet sich durch geringes Eigengewicht, elegantes Design und grosse Haltbarkeit auch bei extremen Belastungen im täglichen Einsatz aus. Der formschöne Koffer verfügt ausserdem über zahlreiche Fächer für das sichere Aufbewahren von wichtigen Reisedokumenten. Ausserdem : Grosses Spezialfach für Ihr tragbares Notebook und Ihren tragbaren Drucker sowie für sonstiges Zubehör. Der verstellbare Tragegriff erfüllt alle Bestimmungen der Fluggesellschaften und verspricht höchsten Tragekomfort. Maximales Ladegewicht : 23 kg.

Aufgabe 6

Viel Neues und wenig Altes . Das ist das neue Modell unserer supermodernen X-Serie! Dieses Auto ist ausgestattet mit einem starken Motor und nach Wahl mit moderner Automatik. Begeistern werden Sie der grosse Innenraum, die bequemen Sitze mit weichem Leder und der Komfort einer sportlichen Reiselimousine. Auf langen Reisen unterhält Sie ein leistungsstarkes Radio-CD-Gerät. Und all das zu einem wirklichen Überraschungspreis.

Aufgabe 7

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