

Name: ..... Klasse: ..... Datum: .....

## Werbeanzeigen analysieren – interpretieren

PDF zum Ausdrucken

### Aus welchen Elementen bestehen Werbeanzeigen?

Die meisten Werbeanzeigen bestehen aus folgenden Elementen:

- Bildelement (Foto, Grafik...)
- Headline (Überschrift)
- Fließtext (Informationen zum Produkt)
- Slogan (Motto, Leitsatz)
- Produktname
- Logo (Erkennungszeichen eines Produkts oder Unternehmens)

### Das AIDA - Konzept der Werbeanzeigen

Damit die Werbung auch ihr Ziel erreicht (Der Kunde kauft.), versuchen die Produzenten von Werbeanzeigen nach folgendem AIDA - Konzept vorzugehen:

**Attention:** Aufmerksamkeit des Kunden erregen.

**Interest:** Interesse wird geweckt.

**Desire:** Der Wunsch entsteht, das Produkt zu besitzen.

**Action:** Der Kunde soll das Produkt kaufen.

Die einzelnen Schritte des AIDA-Konzepts sollten sich bei jeder Werbung nachvollziehen lassen.

### Vorbereitung für die Analyse einer Werbeanzeige

Sieh dir genau die Werbeanzeige an und notiere kurz die folgenden Punkte.

Was ist der Blickfang der Werbeanzeige?

Was fällt am Text auf? Markiere auffällige Stellen.

Wie heißt das Produkt?

Wie heißt der Hersteller?

Welche Zielgruppe hat die Werbeanzeige?

Wo wurde die Werbeanzeige veröffentlicht?

Notiere Gedanken zur Anzeige, die dir einfallen und sortiere sie danach.

### A. Einleitung zur Analyse der Werbeanzeige

In der Einleitung für die Analyse der Werbeanzeige werden ...

- das Produkt,
- der Hersteller und
- die Art der Veröffentlichung (Zeitungsanzeige, Internetwerbung) sowie die
- Zielgruppe der Werbeanzeige genannt.

Name: ..... Klasse: ..... Datum: .....

**B. Hauptteil zur Analyse der Werbeanzeige**

**Bildanalyse**

Beschreibe den Blickfang der Werbeanzeige.  
 Wie groß ist der Blickfang der Werbeanzeige.  
 Aus welchen einzelnen Bildteilen setzt sich das Bild zusammen?  
 Welche Farben werden hauptsächlich verwendet?  
 Welche Textanteile gibt es?  
 Welche **Wirkung** soll mit Bildelementen und Texten erreicht werden?

**Textanalyse**

Was fällt sprachlich in der Werbeanzeige auf?  
 Was fällt in der Headline (Überschrift) auf?  
 Welche Auffälligkeiten zeigt der Fließtext?  
  
 Was sagt der Slogan der Werbeanzeige auf?  
 Fallen die Schriftarten und Schriftgrößen auf.  
 Ist der Text sachlich oder gefühlsbetont?  
 Beweise deine Aussagen zur Textanalyse der Werbeanzeige mit Zitaten.

**C. Schluss der Werbeanzeige**

Schreibe im Schluss der Werbeanzeige deine Meinung und *begründe* sie. Ist die Anzeige gelungen? Wird die Zielgruppe erreicht? Wurde das AIDA-Konzept angewendet?

**Welche Arten von Werbung gibt es?**

Druckmedien	Digitale Medien	Flächenwerbung	Mensch
Werbeanzeigen Prospekt Aufkleber	Popup-Anzeigen Spam Videoclips Fernsehwerbung Kinowerbung Radiowerbung	Bandenwerbung Plakate	Vertreter

Werbung wird über Werbeträger an die Zielpersonen übermittelt. Sehr häufig wird Werbung über den Werbeträger Internet übermittelt. Weitere häufig genutzte, gedruckte Werbeträger sind Zeitungen, Prospekte und Aufkleber. Auch über die Werbeträger Film, Fernsehen und Kino wird Werbung geschaltet. Nicht zuletzt wird Werbung durch Menschen übermittelt: Vertreter verkaufen ihre Produkte direkt an den Endverbraucher oder an Einkäufer.

Name: ..... Klasse: ..... Datum: .....

### Die Sonderformen der Werbung

- Direktwerbung
- Schockwerbung
- Absurde Werbung
- Mund-Propaganda (Weitererzählen, auch in sozialen Medien)
- Schleichwerbung (auch: Product-Placement, Produktplatzierung in Fernsehserien...)
- unterschwellige Werbung (Werbung ist nicht als solche sofort erkennbar)
- Duftwerbung (an Eingängen von Drogerien werden Duftwolken vernebelt)
- Telefonwerbung (Meist unerlaubte und vom Kunden ungewollte Werbung)