Das AIDA-Modell nach Lewis

Das bekannteste Modell der Werbewirkungstheorie ist das **AIDA-Modell** von Lewis. Die einzelnen Buchstaben stehen für die jeweilige Werbewirkungsstufe, die nacheinander durchlaufen werden.

Die Annahme, die diesem Modell zu Grunde liegt, ist recht einfach. Am Anfang steht die aufmerksame Informationsaufnahme. Die Werbebotschaft soll also die Aufmerksamkeit, im englischen auch **Attention** genannt, des potenziellen Käufers wecken. Dieser soll für das Produkt interessiert werden (**Interest**).

Über dieses Interesse soll ein Kaufwunsch ausgelöst werden. Ein solcher Kaufwunsch wird auch als **Desire** bezeichnet. Der potenzielle Käufer soll das Produkt tatsächlich nachfragen, also kaufen bzw. in **Action** treten.

**Arbeitsauftrag:**

1. Wählen Sie eine spezifische Produktwerbung, entweder in Form eines Werbeplakats oder eines Werbeclips, aus.
2. Hinterlegen Sie den Link des Clips bzw. ein Bild des Plakats in dieser Datei. (siehe Seite 2)
3. Erklären Sie anhand der von Ihnen gewählten Werbung, die einzelnen Bestandteile des AIDA-Modells, d. h. wenden Sie das AIDA-Modell in der Praxis an. (siehe Seite 2)

Stellen Sie sich dabei folgende Fragen:

1. Erfüllt die Werbung alle Maßstäbe gemäß des AIDA-Modells? Begründen Sie Ihre Antwort.
   * 1. Wenn ja, warum?
     2. Wenn nein, warum nicht?
2. Welchen Aspekt würden Sie verbessern?
3. Laden Sie Ihre Ergebnisse auf Moodle hoch und bereiten Sie sich auf eine kurze Präsentation vor.

|  |
| --- |
| ürgen Klopp neuerdings ohne Brille - &quot;Kleiner Eingriff&quot;  **Beispiel:**  <https://www.youtube.com/watch?v=VuquERv50x8>  A – Musik und Straßenlichter zu Beginn.  I – Bekannte Fußballspieler fahren im Auto.  D – Gespräch: „Wechseln?“ 🡪 Jeder möchte mit dem Auto fahren.  A –Preisvorteil genannt.  (Die Erklärungen für dieses Beispiel wurden absichtlich in sehr reduzierter Form dargestellt. Ihre Ausarbeitung muss präziser sein.) |

**Meine Ausarbeitung**

**Bitte einfügen!!!**

**Link des Werbeclips:**

bzw.

**Bild des Werbeplakats/-posters:**

**Erklärung (in vollständigen Sätzen):**

**A –**

**I –**

**D –**

**A –**

**Begründete Schlussfolgerung (eventuelle Verbesserung):**