

KOMMUNIKATION

Werbe- kampagne

NIVEAU

Mittelstufe (B1)

NUMMER

DE_B1_2021X

SPRACHE

Deutsch

„

Lernziele

- Ich kann die Struktur von Werbekampagnen ausführlich beschreiben.
- Ich kann eine Werbekampagne planen.



Aufwärmen

Lies die drei interessanten Fakten zum Thema Werbung.

Überrascht dich ein Fakt besonders? Welcher?

1



Ein 30-Sekunden-Werbespot beim Super Bowl 2022 hat 6,5 Millionen Dollar gekostet.

2



50 % aller Klicks auf Online-Werbung passieren nur aus Versehen.

3



2013 hat ein berühmter amerikanischer Schauspieler für einen 20-Sekunden-Auftritt in einem Espresso-Werbespot 20 Millionen Dollar bekommen.



Welche Definition passt?

Ordne zu.

1

der Slogan

2

die Zielgruppe

3

die Werbekampagne

4

das Kampagnenziel

5

das Marketing

6

die Werbeagentur

a

das, was mit der Werbekampagne erreicht werden soll

b

ein Spruch oder Satz, oft humorvoll und leicht zu merken

c

Werbeaktion inklusive Planung und Realisierung

d

eine bestimmte Gruppe von Menschen, die ein bestimmtes Produkt besonders interessieren könnte

e

Unternehmen, das auf Werbung spezialisiert ist

f

Überbegriff für Werbung, Marktanalyse und Produktentwicklung



Die Durchführung einer Werbekampagne

Bringe die einzelnen Schritte der Werbekampagne (Planung, Durchführung, Analyse) in die richtige Reihenfolge.

1

2

3

4

5

6

A

die Werbebotschaft

Dann muss ein Hauptkonzept festgelegt werden.

B

das Werbemittel

Dann müssen die passenden Werbemittel ausgewählt werden, also wie für etwas geworben wird (z. B. Plakate, Werbespots, Anzeigen).

C

die Werbeträger

Dann müssen die Werbeträger ausgewählt werden, d. h. die Medien zur Vermittlung der Werbebotschaft (z. B. Fernsehen, Kino, Zeitung).

D

die Umsetzung

Dann startet man die Werbekampagne.

E

das Werbeziel

Zuerst muss ein bestimmtes Ziel der Werbekampagne formuliert werden.

F

die Werbekontrolle

Am Ende kommt eine Werbekontrolle, um den Erfolg der Werbung zu bestimmen.



Unsere **Message** muss sein: „Mit dem Müsli tust du was für die Umwelt!“
Wie **bringen** wir die am besten **rüber**?

Hast du eine Idee? Wie können sie ihre **Message rüberbringen**?



Werbemittel

Ergänze.

- 1 _____ sind für Unternehmen immer weniger interessant, da vor allem junge Menschen kaum noch gedruckte Zeitungen lesen.
- 2 Viele Internetseiten finanzieren sich mit Hilfe von _____.
- 3 Eine traditionelle, aber sehr wirksame Form der Werbung ist die _____: Plakate werden von vielen Menschen gesehen.
- 4 Ein _____ in der Halbzeit-Pause eines Fußballspiels Samstagnachmittag kostet extrem viel.
- 5 Heutzutage organisieren viele Unternehmen _____. Sie laden z. B. Influencer:innen ein, die dann ihren Fans vom Abend berichten.

Außenwerbung

Events

Werbespot

Online-
Werbeanzeigen

Printanzeigen



Welche Adjektive sind Kriterien für gute Werbung?

Wähle aus.



witzig

kompliziert

ernst

dunkel

schön

kunden-
orientiert

hässlich

humorvoll

hell und bunt

kurz

langweilig

einfach zu
merken

markant





Der Slogan

Im Breakout-Room oder im Kurs:

1. **Denkt an** Werbeslogans, die ihr kennt. Was macht sie besonders? **Schreibt** eine Liste mit wichtigen Eigenschaften für einen Slogan.
2. **Präsentiert** eure Liste im Kurs.



Du gehst in den
Breakout-Room? Mach
ein **Foto** von dieser Folie.



Ein guter Slogan

Vergleiche die Punkte auf dieser Seite mit deinen Punkten aus der vorigen Übung.
Hast du an alles gedacht? Was hast du vergessen?

der
Unterschied
zur
Konkurrenz

der Humor

eine einfache
und direkte
Aussage

ein gut und
vorteilhaft
vorgestelltes
Produkt

eine direkte
Anrede an die
Zielperson

die
Vermittlung
positiver
Gefühle



Einige Slogans

Welcher Slogan passt zu welchem Produkt? **Ordne zu.**

1

Lern dich reich!

2

*Nur stehlen ist
günstiger!*

3

Sing dich gesund!

4

*Bestell die Welt zu
dir nach Hause!*

5

*Besser
schwimmen als
fliegen!*

6

*Trink dich nach
Italien!*



a

italienische
Weine

b

Urlaub auf
einem Schiff

c

Musiktherapie

d

ein sehr
günstiger
Supermarkt

e

Onlinekurs für
Aktienhandel

f

internationaler
Lieferservice



Wiederholung: Imperativ

Lies die Beispielsätze und **beantworte** die Fragen in der blauen Box.

Lern dich reich!

Bestellen wir etwas zu trinken!

Kommen Sie zu uns!

- Der Imperativ existiert nur für vier Personen:

_____, _____, ihr,

- Nur der
☐ du-Imperativ
☐ wir-Imperativ
☐ Sie-Imperativ
wird anders gebildet als der Indikativ.

Wiederholung: Der Imperativ für *du*

Lies die Beispielsätze und die Regel. **Beantworte** die Frage in der blauen Box.

~~Du~~ **trinkst.** → **Trink!**

~~Du~~ **singst.** → **Sing!**

~~Du~~ **träumst.** → **Träum!**

Imperativ 2. Person Singular

Konjugation
2. Person Singular

Endung *-st*

Imperativ
2. Person Singular

- Wie heißen nach dieser Regel die Imperative für ***schwimmen***, ***bestellen*** und ***stehlen***?

Du liest. → **Lies!**



Imperative bilden

Bilde den *du*-Imperativ.

1 Kaufen Sie bei uns!



Kauf bei uns!

2 Greifen Sie zu!



3 Kommen Sie in unseren Laden!



4 Besuchen Sie unsere Internetseite!



5 Fragen Sie bei uns nach!





Deine Werbekampagne

Überlege dir zuerst, wofür du Werbung machen möchtest. Es kann ein Produkt, eine Veranstaltung oder etwas anderes sein.

Entwirf eine Werbekampagne in drei Schritten.

1



Wer ist die Zielgruppe?

Was ist das Besondere an deinem Produkt / deiner Veranstaltung / ...?

Was ist das Ziel deiner Kampagne?

2



Welche Werbemittel passen dazu? (Werbespots, Plakate, Online-Anzeigen etc.)

Welche Werbeträger wirst du benutzen? (Fernsehen, Soziale Netzwerke, Internetseiten, Plakatwände etc.)

3



Denke dir einen passenden Slogan aus!



Ende der Stunde

Redewendung

etwas über den grünen Klee loben

Bedeutung: etwas sehr übertrieben loben, etwas als sehr gut präsentieren

Beispiel: Dieses Shampoo wurde in der Werbung *über den grünen Klee gelobt*. Na ja, ich finde, es macht meine Haare noch trockener.



Zusatzübungen



Ein Testimonial finden

Du suchst eine berühmte Person, um Werbung für dein Produkt zu machen.

Wähle ein Produkt und **überlege**, wer am besten zur Werbekampagne passt.



Zigaretten

Fast Food

vegane Wurst

schnelle Autos

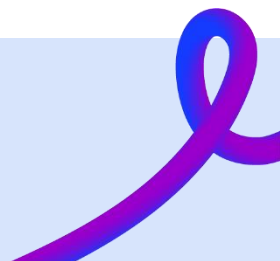




Was stimmt, was nicht?

Kreuze an.

		richtig	falsch
1	Ein guter Slogan ist kompliziert, damit Menschen oft über das Produkt nachdenken.		
2	Eine Werbekampagne soll positive Gefühle vermitteln.		
3	Viele Slogans verwenden den Imperativ, um Menschen direkt anzusprechen.		
4	Zur Zielgruppe gehören immer alle Menschen.		
5	Werbemittel und Werbeträger sind dasselbe.		

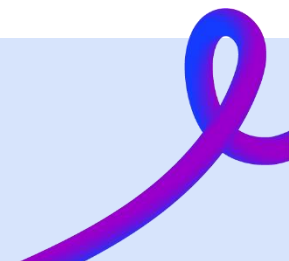




Wiederhole die Wörter

Erinnerst du dich an alle Wörter, die mit *Werbe-* anfangen?
Schreibe sie auf.

Werbe-





Lösungen

S. 4: 1b; 2d; 3c; 4a; 5f; 6e

S. 5: 1E; 2A; 3B; 4C; 5D; 6F

S. 7: 1. Printanzeigen; 2. Online-Werbeanzeigen; 3. Außenwerbung; 4. Werbespot; 5. Events

S. 8: witzig, schön, kund:innenorientiert, humorvoll, hell und bunt, kurz, einfach zu merken, markant

S. 11: 1e; 2d; 3a; 4f; 5b; 6a

S. 12: du, ihr, Sie; du-Imperativ

S. 13: schwimm, bestell, stiehl

S. 14: 2. Greif zu!; 3. Komm in unseren Laden; 4. Besuch unsere Internetseite; 5. Frag bei uns nach

S. 20: 1. falsch; 2. richtig; 3. richtig; 4. falsch; 5 falsch



Zusammenfassung

Die Durchführung einer Werbebotschaft

- **das Werbeziel** – Ziel der Kampagne festlegen
- **die Werbebotschaft** – Hauptkonzept
- **das Werbemittel** – passendes auswählen
- **die Werbeträger** – z.B. welche Medien
- **die Umsetzung** – Kampagnenstart
- **die Werbekontrolle** – Erfolg messen

Werbemittel

Es gibt verschiedene Arten von Werbemitteln. Diese werden eingesetzt, um die Werbung nach außen zu publizieren. Häufig sind z.B. **Werbespots im TV oder Radio, Printanzeigen in Magazinen, Online-Werbeanzeigen oder Influencer:innen Marketing, Events aller Art oder Außenwerbung wie Plakate.**

Der Slogan

ist der erste Eindruck den ein Konsument bekommt. Er vermittelt die Marke und deren Werte in einem kurzen und prägnanten Satz. Hierbei ist es wichtig, auf die folgenden Punkte zu achten: **Unterschied zur Konkurrenz, humorvoll, einfache und direkte Aussagen, ein gut und vorteilhaft vorgestelltes Produkt, eine direkte Anrede an die Zielperson und vor allem die Vermittlung positiver Gefühle.**



Wortschatz

der Slogan, -

markant

die Werbekampagne, -n

das Kampagnenziel, -e

die Werbeagentur, -en

die Durchführung, -en

das Werbemittel, -

