

Medien und Werbung

1. Die Anzeige:

(Unterüberschrift, erläutert warum man das Produkt kaufen soll, die Schlagzeile ist der Leseanreiz, verbildlicht die Headline, tragen zur Wiedererkennbarkeit bei)

Headline - die Schlagzeile ist der Leseanreiz

Subheadline - Unterüberschrift, zielgruppengerechte Sprache, Wortspiel oder Verfremdung

Bildelement - verbildlicht die Headline

Fließtext - erläutert warum man das Produkt kaufen soll

Unternehmenslogo und Slogan - tragen zur Wiedererkennbarkeit bei



2. Das Plakat:

- durch die Größe entsteht eine besondere Wirkung.
- oft an Bushaltestellen Litfaßsäulen, Plakatanschlagestellen
- durch häufige Plakatierung und originelle Gestaltung kann eine große Wirkung erzielt werden

3. Die Radiowerbung:

- Stimme, Musik und Sound sind entscheidend

4. Die Fernsehwerbung:

- bewegte Bilder
- der Text kann geschrieben, gesprochen oder gesungen werden
- oft werden Prominente Experten oder Symbolfiguren eingesetzt, die emotional ansprechen sollen

5. Die Internetwerbung:

- wird immer wichtiger
- Werbeformen sind Banner, Pop - up oder Pop - under
- schnelllebig, passt sich den Neuerungen und Erkenntnissen zur Wirksamkeit von Werbung an, es entstehen ständig neue Werbeformen
- sie spricht uns oft direkt an „Klicke hier für weitere Infos!“ oder „Hier geht's zum Gewinnspiel!“