**Sprache der Werbung**

Werbung soll den Wunsch in einer Person wecken, ein bestimmtes Produkt zu kaufen. Ein Käufer/eine Käuferin soll durch Werbung zum Kauf eines Produkts angeregt wird.

Häufig wird hierzu das **AIDA-Werbemodell** genutzt:

**A -** **Attention**: Aufmerksamkeit wecken

**I - Interest**: Interesse am Produkt erzeugen

**D -** **Desire**: Kaufwunsch fördern

**A -** **Action**: Kaufhandlung bewirken

 Bildquelle: www.pixabay.com

Das bedeutet: Damit eine Werbung von einem Kunden **wahrgenommen** und **nicht übersehen** wird, muss sie zunächst die **Aufmerksamkeit** des Kunden wecken. Aufmerksamkeit wird beispielsweise durch **Bilder** oder einen **Slogan** erzeugt, damit der Kunde/die Kundin **Interesse** an dem Produkt entwickelt und bereit ist, sich **weitere Informationen** zu dem Produkt anzusehen beziehungsweise durchzulesen. Diese Informationen müssen so gestaltet werden, dass der Kunde/die Kundin sich angesprochen fühlt, **Interesse** am Produkt entwickelt und das **Produkt kaufen möchte**. Je öfter der Kunde/die Kundin die Werbung hört oder sieht, desto eher wird sie bereit sein, das Produkt tatsächlich zu kaufen.

Arbeitsaufträge

1. Schau dir Werbung im Fernsehen oder im Internet an. Welche Sprache wird hier verwendet, ist die Sprache leicht verständlich? Werden viele Adjektive verwendet?
2. Schau dir Werbeprospekte an. Diese werden fast täglich mit der Post zugeschickt. Wie sind diese Werbeprospekte gestaltet, welche Informationen erhältst du zu einem Produkt?
3. Suche dir einen beliebigen Gegenstand bei dir zu Hause aus. Das kann ein Handy sein oder ein Kleidungsstück, ein Möbelstück, eine Süßigkeit oder ein Getränk, das du ganz besonders magst.
4. Überlege dir einen passendenden Fantasienamen für dein Produkt
5. Gestalte einen entsprechenden Slogan/ Werbetext, bei dem du typische Gestaltungselemente der Werbesprache zum Einsatz bringst.
6. Welche Zielgruppe soll angesprochen werden?
7. In welchen Ländern soll für das Produkt Werbung gemacht werden?
8. Gestalte ein kleines Plakat (A4).