

Thema: Werbebotschaft und Werbestreuung

Was ist die Copy Strategy und aus welchen Komponenten besteht diese?

Die sogenannte Copy Strategy ist der Kern der Botschaftsgestaltung:

- (1) Consumer Benefit: Versprechen des Verbrauchernutzens
- (2) Reason Why: Begründung des Versprechens
- (3) Tonality: Ausdrucksform, Stil und Ausstrahlung der Werbung

Nennen und erläutern Sie die drei Formen der werblichen Ansprache.

- (1) Moralischer Appell: Der moralische Appell wendet sich an Status- und Prestige-Wünsche der Zielpersonen.
- (2) Emotionaler Appell: Der emotionale Appell arbeitet mit Sex-, Humor- und Furcht-Elementen sowie mit Familien- und Kindchen-Schema-Bildern.
- (3) Rationale Argumentation: Sie soll die Umworbenen mit sachlichen Begründungen beeinflussen.

Erläutern Sie was man unter dem Begriff Claim versteht.

Claim wird in Deutschland als Bezeichnung eines Werbeslogans benutzt. Er bezeichnet einen fest mit dem Unternehmensnamen oder Markennamen verbundenen Satz oder Teilsatz, der Bestandteil des Unternehmenslogos oder Markenzeichens sein kann.

Mitunter gibt es auch Kampagnen-Claims, die nur für die Dauer einer Werbekampagne verwendet werden. Ein Claim kann mehrere Funktionen haben: Er kann die Positionierung eines Leistungsangebots oder einer Marke, ein zentrales Versprechen bzw. Produktnutzen, eine Mission, eine Vision oder das Alleinstellungsmerkmal des Unternehmens oder der Marke kommunizieren.

Was versteht man unter dem Begriff der Werbestreuplanung?

Werbestreuplanung ist die Verteilung des Werbebudgets in sachlicher und zeitlicher Hinsicht. Das Ziel ist die Entfaltung der maximalen Werbewirkung mit einem vorgegebenen Budget.

Was lässt sich über die Entwicklung der Budgetanteile printbasierter Handelswerbung im Vergleich zu additiver Handelwerbung aussagen?

Die Budgetanteile additiver Handelswerbung übersteigen inzwischen die Budgetanteile der printbasierten Handelswerbung und nach aktuellen Prognosen ist davon auszugehen, dass sich dieser Trend weiter fortsetzen wird.