

ARBEITSBLATT 1

Aufgabe 1: So funktioniert Werbung – die AIDA-Formel

Partnerarbeit

Eine Grundregel der Werbung ist die AIDA-Formel von E. St. Elmo Lewis von 1898:

- A = Attention (Aufmerksamkeit)
- I = Interest (Interesse)
- D = Desire (Kaufwunsch)
- A = Action (Kaufhandlung)

Erst Aufmerksamkeit erregen, dann Interesse wecken und so viel Verlangen nach dem neuen Produkt erzeugen, dass die Zielgruppe aktiv wird und es kauft.

Um das zu erreichen, werden Slogans (ursprünglich: Kampfruf), Werbetexte, Layouts und Werbespots genau für die Zielgruppen entwickelt.

Das Modell wird teils kritisch gesehen, da der genaue Ablauf der Wirkungsstufen nicht immer gegeben ist. Die AIDA-Formel kann aber auf jeden Fall zur Analyse für einen Werbeerfolg dienen.

Weitere Erfolgsfaktoren sind die Vertrautheit der Zielgruppe mit dem Produkt, die Art der Auslöser für Aufmerksamkeit und Interesse und die Zahl der Wiederholungen.

Die Erfolgsfaktoren werden unter dem Begriff Beeinflussungspotenzial zusammengefasst.

Überlegt, was Auslöser für Aufmerksamkeit und Interesse sein können oder welche ihr kennt:

Emotionen	zum Beispiel Bilder, die Gefühle auslösen: _____
Assoziationen	zum Beispiel Meeresbrandung = Frische: _____
Überraschung	zum Beispiel Unerwartetes: _____
Identifikation	zum Beispiel mit Menschen aus der Zielgruppe: _____
Wiederholung	wirkt wie?
Kultsprüche	Wenn beliebte Werbeslogans Kultstatus erlangen, werden sie zitiert, kopiert und abgewandelt, zum Beispiel: „McDonald’s ist einfach gut.“
Prominente	werden wie eingesetzt? Zum Beispiel George Clooney für Nespresso ...

ARBEITSBLATT 2, Seite 1

Aufgabe 2: Einen historischen Werbespot analysieren

Partnerarbeit

Ihr seht einen historischen Werbespot für das Waschmittel Persil.

Aufgabe 2 a)

Notiert neben dem Text die nonverbale Kommunikation, die Aktionen und die Kameraperspektive.

	Wer	Text	Nonverbales/Aktion	Kamera
1	Sie	Xaver! Da schau her, was d' wieder gemacht hast.		
2		Also, also du bist so a richtige Dreck...		
3	Er	Sprichs nicht aus, wir sind nicht daheim.		
4	Sie	Aber du benimmst dich so, als wenns d' daheim wärst.		
5		Ich, wenn ich Wirt wär, mein Lieber!		
6	Er	Na, was wäre dann, wenn du der Wirt wärst?		
7	Sie	'nausschmeißen tät ich dich.		
8	Wirt	Mahlzeit, die Herrschaften!		
9		Oh, ein kleines Malheur – Gisela – Serviette!		
10	Er	Entschuldigen S' bittschön.		
11	Wirt	Aber ich bitte Sie, das kann doch vorkommen.		
12		Dafür gibts doch Gott sei Dank Persil – nicht wahr, gnädige Frau?		
13	Wirt	Wünsche weiterhin gut zu speisen.		
	Beide	Danke.		
14	Er	Sigst, Liesl, das ist eben der Unterschied zwischen dir und dem feinen Mann.		
	Sie	Was?		
15	Er	Na ja, du machst alleweil gleich ein Trara und ein Theater, wenn bloß so ein kleines Fleckerl auf die Tischdecken kommt.		
16		Der gebildete Mensch sagt nur: Persil!		
17		Persil und nichts anderes.		

(Sigst = bayerisch für siehst du)

ARBEITSBLATT 2, Seite 2

Aufgabe 2 b)

Analysiert den Spot hinsichtlich der Struktur, des Inhalts und der handelnden Personen.
Arbeite auch die Wirkung heraus, die der Text durch die filmische Vermittlungsweise erhält.

Aufgabe 2 c)

Definiert die Zielgruppe, an die sich der Werbespot wendet.
Beurteilt dann das Beeinflussungspotenzial anhand der AIDA-Formel und bezieht dazu auch die Hintergrundinformationen mit ein.

Hintergrundinformationen zum Werbespot

Persil ist eine Marke für ein Waschmittel des Henkel-Konzerns, das seit 1908 im Handel ist. Es ist heute das meistgekaufte Waschmittel.

Im Archiv der Bildzeitung zum Jahr 1956 ist über diesen Werbespot zu lesen:

Der erste Werbespot im deutschen Fernsehen

Mahlzeit! So begann am 3. November 1956 eine neue Ära in der deutschen Fernsehlandschaft. An diesem Abend lief in der ARD kurz vor der Tagesschau der allererste TV-Werbespot: 55 Sekunden lang, für das Waschmittel Persil.

Sauberkeit stand in den 1950er-Jahren hoch im Kurs. Wenig überraschend also, dass der erste TV-Spot ein Waschmittel bewerben sollte. Im Film kann nur das „Wunderwerk“ Persil einen Fleck und den daraus resultierenden Streit zwischen dem Schauspielerpaar Beppo Brem und Liesl Karlstadt beseitigen.

Beppo Brem, 1906–1990, war ein deutscher Schauspieler, der als bayerischer Volksschauspieler und als „bayerisches Urviech“ bekannt war.

Liesl Karlstadt, 1892–1960, war eine deutsche Sängerin, Schauspielerin und Kabarettistin. Sie bildete gemeinsam mit Karl Valentin ein beliebtes Komikerduo.

ARBEITSBLATT 3

Aufgabe 3: Kommunikationsmodell Die vier Seiten einer Nachricht

Analysiert den Text mit dem Kommunikationsmodell der vier Seiten einer Nachricht von Schulz von Thun.

Aufgabe a)

Nehmt pro Person einen Satz aus den Zeilen 1 bis 17 und erläutere den Kommunikationsprozess.

Aufgabe b)

Nehmt je einen Satz des Mannes und der Frau aus den Zeilen 1 bis 17 und erläutere den Kommunikationsprozess.

ARBEITSBLATT 4

Aufgabe 4: Einen eigenen Werbespot schreiben und drehen

Gruppenarbeit

- a) Passt diesen Werbespot auf die heutige Zeit an, indem ihr Szene und Text überschreibt. Ihr könnt dabei auch ein anderes Produkt bewerben.
Beachtet die AIDA-Formel.
- b) Dreht den Werbespot.
- c) Begleitet eure Arbeit mit einem Bericht, welche Schritte ihr geplant / verworfen / umgesetzt habt.
- d) Präsentiert den Spot in der Klasse und referiert euren Arbeitsbericht.

ARBEITSBLATT 5

Aufgabe 5: Feedback zu einem Werbespot aus der Klasse

Gruppenarbeit

Gebt ein Feedback zu einem Werbespot aus der Klasse. Es soll enthalten:

- a) eine Beschreibung des Spots hinsichtlich Struktur, handelnden Personen, Inhalt und Filmwirkung
- b) markante Beispiele für verbale und nonverbale Kommunikation
- c) die Beurteilung des Beeinflussungspotenzials anhand der AIDA-Formel
- d) eure Meinung, gegliedert nach den vier Seiten einer Nachricht:
 - richtige Botschaft (Sachaussage)
 - eigene Beteiligung, emotionale Aspekte (Selbstoffenbarung)
 - Beziehung zu den Empfängern (Beziehungsaussage)
 - gegebenenfalls auch Appell oder Wunsch (Appell)