

# Analysehilfe Werbung

! „Werbung ist die absichtliche und zwangsfreie Form der Beeinflussung menschlicher Willensentscheidung und Meinungsbilder.“ Eine klassische Werbestrategie ist es, Positives zu versprechen und Negatives zu vermeiden. Da Werbung die Wünsche und Ängste der Menschen gezielt benutzt, kann sie als ein (Zerr-)Spiegel der Gesellschaft betrachtet werden. Durch eine gründliche Analyse kann man der oft unterschweligen Wirkungsweise von Werbung auf die Spur kommen, sie kritisch hinterfragen und sich der Beeinflussung widersetzen.

**Grundsätzlich sind Werbekonzepte der Image- und Produktwerbung zu unterscheiden. Daneben existieren noch weitere Konzepte, z.B. Problemwerbung, kritische Werbung, Antiwerbung, politische Werbung usw.**

## Imagewerbung

- positiv besetzte Personen, Objekte, oder Situationen stehen stellvertretend für ein Produkt, wecken Wünsche
- setzt auf Vermittlung positiver Gefühle
- Betrachter soll sich mit einem Image (Wunschvorstellung) identifizieren

## Produktwerbung

- Darstellung und Wiedergabe des Produktes oder seines Nutzens
- Informationen und positive Eigenschaften des Produktes werden vermittelt
- Positive Produktdarstellung durch Text und Bild (z.B. Inszenierung, Licht etc.)

## 1. Allgemeine Angaben

? **Leitfrage: Worum handelt es sich?**

Produkt, Agentur, Entstehung, Format (Quer-/Hoch-/Größe), Technik (Foto, Banner, Plakat)

## 2. Formulierung der Wirkung auf den Betrachter

? **Leitfrage: Wie wirkt es auf mich?** erster, subjektiver Eindruck: welche Gedanken und Gefühle kommen beim Betrachten auf (am besten separat in Stichpunkten notieren)

## 3. Beschreibung von Inhalt und Motiv

? **Leitfrage: Was wird dargestellt?**

- dargestellte Dinge / Menschen (Haltung, Mimik, Gestik, Körperbau, Kleidung, Requisiten)
- Gegenstände, Raum, Strukturen, Muster, Grundformen, Elemente
- Mögliche Beschreibungsrichtung: (je nach Aufbau, Format u. Relevanz d. Bildelemente):
  - Vorder-, Mittel- und Hintergrund...
  - Lesrichtung, Blickführung...(z.B. Z-Leserichtung oder vom Zentrum aus)

Wo (Aufbau) ist was (Beschreibung) wie (in welcher Größe, Farbigkeit etc.) angeordnet und welche Wirkung entsteht dadurch?

## 4. Form und Gestaltungsmittel (bildnerische Mittel)

? **Leitfrage: Wie wird es dargestellt, welche Wirkung wird dadurch erreicht?**

Grundlagen: Farbe, (Farb-) Kontraste, Komposition, Anordnung?

Produkt: Auf welche Weise wird das Produkt in das Werbekonzept eingebunden?

Licht: Lichtquellen (natürlicher oder inszenierter Lichteinsatz), Inszenierungsgrad?

Schrift: Schriftart, Schriftfarbe, Markenschrift, Headlines, Spiel mit Schrift?

Text-Bild: Wie stehen Text- und Bildelemente inhaltlich und gestalterisch zueinander in Beziehung, welche Teile dominieren?

Zielgruppe: Welche Personen sollen erreicht werden? Spezielle oder allgemeine Gruppe?

**Werbekonzepte lassen sich – trotz Kritik daran – vielfach mittels der AIDA-Regel erfassen**



Attention  
Interest  
Desire  
Action

Wie mache ich den Betrachter auf die Werbung aufmerksam?  
Wie mache ich ihn neugierig auf das Produkt?  
Was sind Wünsche des Betrachters, wie spreche ich sie an?  
Wie bringe ich ihn zur Handlung / zum Kauf des Produktes?



## 5. Abschlussbeurteilung

? **Leitfrage: Wie ist die Werbewirksamkeit zu beurteilen?**

Resümee in begründenden Sätzen: Ist das Konzept gelungen, mit Einschränkungen oder nur wenig werbewirksam? Die kritische Beurteilung von Werbung verlangt grundsätzlich nach Einbezug allgemeinen Hintergrundwissens zu den Produkten selbst sowie zu wirtschaftlichen, politischen, gesellschaftlichen oder ökologischen Entwicklungen.