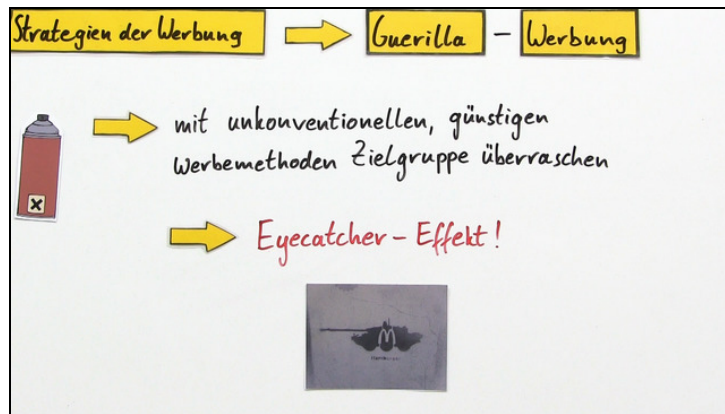




Arbeitsblätter zum Ausdrucken von [sofatutor.com](https://www.sofatutor.com)

Werbung – Strategien



- 1 Gib die Bedeutung der AIDA-Formel bei Werbung wieder.
- 2 Schildere, wie Werbung funktioniert und welche Strategien verfolgt werden.
- 3 Zeige auf, welche Interessengruppen welche Werbestrategie verfolgen.
- 4 Begründe, warum die folgende Beschreibung einer Werbung ein Beispiel für eine Guerilla-Werbung ist.
- 5 Entscheide, für welches Produkt du mit welcher Strategie werben würdest.
- 6 Bestimme anhand der Beschreibung eines Werbespots, um welche Werbestrategie es sich handelt.
- + mit vielen Tipps, Lösungsschlüsseln und Lösungswegen zu allen Aufgaben



Das komplette Paket, inkl. aller Aufgaben, Tipps, Lösungen und Lösungswege gibt es für alle Abonnenten von [sofatutor.com](https://www.sofatutor.com)

Gib die Bedeutung der AIDA-Formel bei Werbung wieder.

Trage dafür die fehlenden Wörter in die Lücken ein.



Jede Werbung folgt einer immer gleichen psychologischen Formel. Diese AIDA-Formel stellt dar, wie Werbung in vier Schritten die Konsument/-innen von einem Kauf überzeugen soll.

Das erste A steht für₁: Durch einen Blickfang soll die Aufmerksamkeit erlangt werden.

Das I steht für₂: Durch einen Slogan wird ein Interesse geweckt.

Das D steht für₃: Eine bestehende Begierde oder ein Kaufwunsch sollen ausgelöst oder verstärkt werden.

Und schließlich steht das zweite A für₄: Der Kunde oder die Kundin wird angeregt, den Wunsch in die Tat umzusetzen.



Unsere Tipps für die Aufgaben

1
von 6

Gib die Bedeutung der AIDA-Formel bei Werbung wieder.

1. Tipp

Die AIDA-Formel besteht aus den Anfangsbuchstaben von vier englischen Wörtern.



Lösungen und Lösungswege für die Aufgaben

1
von 6

Gib die Bedeutung der AIDA-Formel bei Werbung wieder.

Lösungsschlüssel: 1: attention // 2: interest // 3: desire // 4: action

Die **AIDA-Formel** ist eine weit verbreitete Theorie, um ein **psychologisches Grundmuster** der Werbung zu beschreiben: Um Menschen zum Kauf eines Produktes zu bewegen, müssen diese vier Phasen durchlaufen werden:

1. Zuerst wird die **Aufmerksamkeit** erregt; ein/-e Passant/-in blickt beispielsweise umher; die Werbung fängt seinen/ihren Blick mit einem auffälligen Element. **Attention** ist der erste Schritt.
2. Dann wird das **Interesse** erregt. Das passiert beispielsweise durch einen aussagekräftigen, poetischen und erinnerungswürdigen Slogan. **Interest** ist der zweite Schritt.
3. Das soll dazu führen, dass ein (bereits bestehender) **Wunsch** oder ein **Verlangen** verstärkt wird. Hat ein/-e Rezipient/-in nicht von sich aus bereits einen (noch so kleinen) Wunsch, das Produkt zu erwerben, ist die Werbung meist wirkungslos. **Desire** ist der dritte Schritt.
4. Schließlich soll die Werbung die Konsument/-innen überzeugen, zu handeln und den Wunsch in die **Tat** umzusetzen, das heißt: das Produkt zu kaufen. **Action** ist der vierte Schritt.