

**Einleitung**

WER wirbt WIE für WAS?

Zitiere die Headline, benenne die Textsorte und beschreibe kurz wann und wo die Werbung veröffentlicht wurde.

**Zielgruppe**

Geschlecht, Alter, soziale Schicht, Interessen

Welche Reizgruppe wurde dazu genutzt?

**Werbebotschaft**

IF - THEN - SO - Technik

Ausgangslage - Vorzüge - Folge

Wenn du ..., dann solltest du ..., so
dass ...Welchen besonderen Nutzen, welche
Vorteile verspricht die Werbung?**Bildbeschreibung**

Format, Aufteilung

Bildvordergrund - Bildhintergrund,

Positionierung der Werbeelemente

(Headline, Slogan, Logo, Bodycopy),

Motive und ihre Bedeutung

Perspektive (Aufsicht, Untersicht,

Normalsicht),

Kontraste, Lichtverhältnisse,

Farbgebung

Textfelder

Schriftart, -größe, -typ

**AIDA-Formel**

Attention: Blickfang/ Eye-catcher, Reizgruppen

Interest: Headline, Bezug zum Motiv, Verknüpfung von Elementen der Werbung
Wie wird der Blick des Betrachters gelenkt?

Desire: Welche Bedürfnisse werden angesprochen? Wie lautet das Werbeversprechen?
Bezug zur Werbebotschaft herstellen

Action: Welche Elemente erleichtern es dem Kunden, das Produkt zu kaufen/ mit dem Unternehmen in Kontakt zu treten?
Link/ QR-Code/ Mail-Adresse
Welche Elemente fordern den Kunden zum schnellen Handeln auf?
Fristen/Angebote/Rabatte

**sprachliche und stilistische Mittel**

Analyse des Slogans: Sprechhandlung (auffordernd, befehlend, argumentierend, behauptend)

Wer/Was wird thematisiert (Produkt/Kunde/Unternehmen)?

Untersuche alle Textelemente insbesondere auf folgende **Stilmittel**:

- direkte Ansprache
- Fachbegriffe
- Anglizismen
- Neologismen
- elliptischen Satzbau
- Alliterationen
- Reime
- Vergleiche
- Metaphern
- Parallelismen
- Hyperbeln

**Beurteilung der Anzeige**

Beschreibe und begründe, ob-

- der Aufbau der Werbung gelungen ist (Layout, Blickführung)
- die Zielgruppe erreicht wird
- das Werbeversprechen gehalten werden kann
- unterschwellige Botschaften vermittelt werden.

Übe sachliche und konstruktive Kritik!