

Ergänzungsaufgaben – Deutsch Klasse 7 (Integration) – Frau Köpke

- 1.) Nachdem ihr das Werbeplakat erstellt habt, bereitet ihr einen kurzen Vortrag vor, in dem ihr euer Produkt vorstellt:
 - a. Der Vortrag sollte **3 – 4 Minuten** lang sein.
 - b. Er muss **alle wichtigen Informationen** enthalten: Wie heißt das Produkt? Warum habt ihr euch für dieses Produkt entschieden/ es entworfen? Stellt das Material vor, wozu man das Produkt braucht, wie es funktioniert und wo man es kaufen kann. Überlegt euch auch Gründe, warum man ausgerechnet dieses Produkt benutzen sollte.
 - c. **Übt den Vortrag** und stellt ihn euren Eltern oder anderen Zuhörern vor.
- 2.) Lies den Artikel zur Geschichte der Werbung. (Text 1)
 - a. Fasse die wichtigsten Informationen zusammen, gehe dabei wie folgt vor:
 - i. Schreibe die Zwischenüberschrift auf (zum Beispiel „Antike“).
 - ii. Schreibe die gedruckten Begriffe auf (zum Beispiel „Marktschreier“) und erkläre kurz, was mit diesen Begriffen gemeint ist.
 - iii. Führe dieses Vorgehen bei allen Abschnitten durch.
 - b. **Gib deine Ergebnisse bis zum 03.04.2020 bei Frau Köpke per E-Mail ab.**

Zusatzaufgabe für die Schnellen und Fleißigen:

Nutze den zweiten Text und erstelle eine Übersicht auf einem A4-Blatt zu den verschiedenen Werbemitteln und wie effektiv sie sind. (Beispiel: Eine Tabelle, Eine Mindmap)

Text 1 – Die Geschichte der Werbung (Für die Aufgabe 2!) von Christoph Gärtner

Antike

Die Frage ist, wo die Geschichte der Werbung ihren Ursprung hat. Die Antwort lautet: „Schon in der Antike!“

Zwar ist das nicht die Werbung, die wir heute kennen, aber laut Lexikon zählen unter Werbung „alle Maßnahmen zur Absatzförderung“. Dazu gehören also auch die **Marktschreier** der Antike. Es gab weder Papier, noch konnte man sich Papyrus und Pergament unbedingt leisten. Die Geschichte der Werbung beginnt also mit den Leuten, die am Markt die Angebote der Händler umher gerufen haben, um Kunden zu gewinnen. Das zog sich hin bis ins späte Mittelalter.

Renaissance

Johannes Gutenberg sorgte anschließend für den Durchbruch in der Geschichte der Werbung, in dem er den **Buchdruck** erfand. Fleißig wurden **Handelszettel** am Marktplatz angebracht, um das Sortiment des Händlers übersichtlich darzustellen. Das Problem war nur, dass über dieses Werbemittel kaum Menschen erreichen konnte.

Frühe Neuzeit

Aber als Mitte des 17. Jahrhunderts die **erste Ausgabe der Tageszeitung** herausgebracht wurde, entwickelt sich die Geschichte der Werbung in die Richtung, die wir heutzutage am ehesten wiedererkennen. Die Zeitung als Medium zur Darstellung von Werbung ist bis heute gängig. Nur war es damals so, dass die Zeitungen und vor allem die Firmenwerbung streng durch den König kontrolliert wurden.

Erst als diese freigegeben wurde, konnten Händler und Unternehmen beliebig Werbeanzeigen schalten. Die Geschichte der Werbung wurde ab diesem Zeitpunkt immer spannender.

Moderne

Erste **Litfaßsäulen** wurden gebaut und man sah die ersten **Werbeplakate in Schaufenstern** hängen. Als das **elektrische Licht** erfunden wurde, folgte die Leuchtreklame. Werbung wurde öffentlich und so immer präsenter.

Im Jahre 1842 fand die **erste Werbeagentur** in den USA Einzug in die Geschichte der Werbung. Ab 1870 entstand die „Zielgruppenwerbung“, es wurde also Werbung für spezielle Sozialschichten gemacht. In den Zeitungen wurde der redaktionelle Teil immer kleiner, während der Platz für Werbeanzeigen wuchs. In Großstädten nahmen teilweise **80% der Zeitung Werbeanzeigen** ein.

Die **Werbefilme**, die allerdings nur in Kinos zu sehen waren, schlossen sich der Geschichte der Werbung ab dem 20. Jahrhundert an. Zu dieser Zeit schalteten große Firmen **Werbekampagnen**, die sich in die Geschichte der Werbung brannten. Sie sind nämlich so alt, dass sich die Produktnamen mit den Markennamen gleichgesetzt haben.

Generell zog man die Werbung vermehrt so auf, dass die Konsumenten das Gefühl übermittelt bekamen, sie bräuchten das Produkt unbedingt. Die Werbekampagnen entwarfen **Scheinwelten** für die Konsumenten und spielten mit den Träumen der Menschen zugunsten der Werbeindustrie.

Nationalsozialismus

In der **Zeit der Nationalsozialisten**, die auch ein prägender Teil in der Geschichte der Werbung ist, wurden Radio und Kino für **Propagandazwecke** missbraucht. Die Werbung hatte auf die Menschen

eine solche Wirkung und Macht, dass die Nationalsozialisten sie benutzen, um ihre Ideologie zu vermitteln. So wurden völlig unpolitische Produkte nationalsozialistisch angestrichen.

Immer mehr ersetzte **Kunst** die wissenschaftlichen Erkenntnisse in Werbeanzeigen. Künstler dienten als Vorlagen für Werbeplakate oder entwarfen selbst welche.

Als Reklame den Weg in die **Fernseher** fand, öffneten sich automatisch die Türen in private Haushalte. Die Geschichte der Werbung hatte fast ihren letzten Schritt getan. Inzwischen wurde vermehrt mit **Stereotypen und Klischees** gearbeitet, um Werbung attraktiver für jedermann zu gestalten. Wie wir es heute kennen, wurde Werbung zwischen sehenswerten Inhalten wie zum Beispiel einer Doku, gezeigt. Werbung erreichte jetzt sehr viele Menschen täglich.

Das Zeitalter des Internets

Den aber wirklich letzten großen Schritt in der Geschichte der Werbung wurde durch das **Internet** beschritten. Nach einem Stand von 2012 wurden 30 Milliarden Euro in Werbung investiert, darunter 11,5 Milliarden in TV-Werbung und 650 Millionen in Online-Werbung. Wahnsinn, oder? Eine neuere Art der Internetwerbung ist das „**Mobile-Advertising**“, also die Werbung auf mobilen Geräten wie zum Beispiel einem Tablet. Auch hier wurden 100 Millionen Euro investiert.

Text 2 – Werbemittel und ihre Effektivität (Für die Zusatzaufgabe)

TV-Werbung

Mit der Information, dass in der Regel mindestens ein Fernseher pro Haushalt in Deutschland vorhanden ist, kannst du dir ja vorstellen, was für eine potentielle Reichweite TV-Werbung hat. Schon als der Fernseher in die Geschichte der Werbung einzog, war klar, dass man die Menschen so erreichen kann.

Das hat sich bis heute auch bewährt. Durch die audiovisuelle Darstellung der Reklame, bleibt sie lange im Bewusstsein und man kann durch Einschaltquoten ständig kontrollieren, wo welche Werbung am besten ankommt. Allerdings haben Experten herausgefunden, dass nur 9% der Menschen die Werbespots auch tatsächlich schauen. Die anderen 91% wechseln das Programm oder schalten den Fernseher aus.

Internet

Du weißt wahrscheinlich selber, wie nervig Online-Werbung ist. Ja, das ist sie. Aber ist sie auch zweckerfüllend? Und wie! Sie kam in der Geschichte der Werbung als letztes und jetzt ist sie überall – Banner, Werbeanzeigen an den Rändern von Internetseiten, Pop-Up Fenster... du wirst nicht denken, dass du dir davon überhaupt etwas bewusst anguckst, bevor du es genervt wegklickst.

Auf jeden Fall erreicht diese Werbung aber dein Unterbewusstsein. Und die Wirkung tritt ein, wenn du beispielsweise vor einem Regal stehst und nicht weißt, welches von den 10 zur Auswahl stehenden Produkten kaufen sollst. Du wirst das wählen, von dem du schon mal „gehört hast“, also das, was du zum Beispiel schon mal im Internet gesehen hast.

Aber der nervige Aspekt der Online-Werbung führt dazu, dass immer mehr Menschen sich einen Ad-Blocker holen. Dieser blockiert Werbeanzeigen und dämpft so die Internetwerbung.

Printmedien (Zeitungen und Zeitschriften)

Reklame in Printmedien ist sehr direkt und zielt meistens auf genau die Menschen ab, die sich die Zeitung auch kaufen. Das heißt, dass man in Fachzeitschriften gezielt Produkte anwerben kann, die

Käufer dieser Fachzeitschrift interessiert. Insgesamt sind Printmedien im Vergleich zu Digitalmedien glaubwürdiger.

Plakatwerbung

Du denkst jetzt wahrscheinlich: Das ist ja von gestern. Plakatwerbung an Wänden oder Litfaßsäulen? Wer macht das schon noch? Aber du musst nur mal wieder darauf achten und du wirst merken: Plakatwerbung ist ja sowas von modern! Alleine an Hauptstraßen sind jede Menge Plakate platziert. Es hat sich ergeben, dass sich vor allem Markennamen gut durch Plakatwerbung verbreiten.

Radiowerbung

Obwohl man glauben könnte, dass Fernseher und Internet die effektivsten Werbemittel sind, sagen Experten etwas anderes. Das Radio ist die effektivste Methode. Und das ist auch gar nicht so abwegig. Überleg mal, hörst du morgens auf dem Weg zur Arbeit im Auto Radio? Oder läuft bei dir morgens Radio, wenn du frühstückst? Jedenfalls ergaben Studien, dass 80% der Deutschen genau das täglich tun. In der Geschichte der Werbung ist die Radiowerbung der Spitzenreiter.

Das liegt vor allem daran, dass man den Radiosender nicht wechselt, wenn Werbung kommt, weil sie auf den anderen Sendern dann meistens auch läuft. Ein weiterer positiver Aspekt ist, dass die Werbung auf Zielgruppen ausgelegt werden kann. Die meisten Sender haben eine ganz gezielte Hörerschaft von eher jüngeren oder älteren Hörern.