

Advertorials

Advertorials sind Werbeanzeigen, die gestaltet sind wie ein Zeitungsartikel. Da sie dadurch nicht sofort als Werbung zu erkennen sind, werden sie nicht so schnell überblättert. Wenn Advertorials nicht als Anzeige gekennzeichnet sind, gelten sie als nicht erlaubte Schleichwerbung.

Anzeige

Eine Anzeige ist eine Werbeform, die in Printmedien geschaltet wird. Die Veröffentlichung von Anzeigen muss bezahlt werden. Sie gehören nicht zum eigentlichen Inhalt einer Zeitschrift und müssen daher mit dem Wort „Anzeige“ gekennzeichnet sein. Da eine Anzeige im Durchschnitt nur 2 Sekunden betrachtet wird, muss es ihr gelingen, die Werbebotschaft sehr rasch zu vermitteln. Aus diesem Grund werden in Anzeigen meist Bilder, viele Farben und wenig Text verwendet.

Bandenwerbung

Eine Bandenwerbung sieht man bei Sportübertragungen im Fernsehen. Sie ist an günstigen Stellen am Spielfeldrand angebracht, damit die Kamera sie immer im Blick hat.

Banner

Das Banner ist eine grafisch gestaltete Onlinewerbefläche (Fenster), die auf Internetseiten platziert wird, um eine Werbebotschaft zu vermitteln. Um eine höhere Aufmerksamkeit zu erzielen, kann es auch animiert sein. Wird das Banner angeklickt, wechselt es automatisch auf die Internetsite des werbenden Unternehmens.

Testimonial

Testimonials sind berühmte Personen, die den Kauf eines bestimmten Produktes oder einer speziellen Marke bewerben. Sie werden von Unternehmen beauftragt und erhalten in der Regel eine Bezahlung für die erbrachte Werbeleistung.

City Lights

City Lights sind hinterleuchtete und durch Glas geschützte Werbeträger (Plakate, Vitrinen, Litfaßsäulen ...) an stark besuchten Standorten, wie Wartehallen, Bus- und U-Bahn-Stationen oder Außenwänden von Geschäften und Restaurants. Durch die auffällige Hinterleuchtung besitzen sie eine hohe Werbewirkung und sollen vor allem junge, mobile und konsumfreudige Personen ansprechen.

Direct Mail (Direct Mailing)

Direct Mail (Direct Mailing) heißt auf Deutsch Briefwerbung. Das sind unangeforderte Werbesendungen wie z.B. Prospekte, Kataloge, Broschüren oder Werbebriefe. Es können Massensendungen sein, die in jedem Briefkasten landen, aber auch ein Werbebrief, der direkt adressiert ist.

Die Werbung hat erkannt, dass Konsument:innen eher zu einem Kauf bereit sind, wenn sie persönlich angeschrieben werden. Aus diesem Grund gibt es Firmen, die Wohnadressen und Telefonnummern an andere weiterverkaufen.

Event

Ein Event ist eine Veranstaltung, die Unternehmen als Teil ihrer Werbestrategie (Eventmarketing) planen. Das können Messen, Verkaufspräsentationen, Ausstellungen, Sport- oder Musikveranstaltungen sein. Ziel des Eventmarketings ist eine Vertiefung der Beziehung zur Zielgruppe. Events sollen einem ein Produkt oder eine Marke näher bringen, als es traditionelle Werbemittel wie Plakate oder Werbespots können.

Eyecatcher

Eyecatcher heißt übersetzt Blickfang und soll die Aufmerksamkeit rasch auf die Werbebotschaft lenken. Als Blickfang werden Bilder oder Symbole eingesetzt, aber auch markante Slogans in einer auffälligen Schriftart.

Flyer

Ein Flyer ist ein Handzettel mit einer Werbebotschaft. Er ist meist auffallend gestaltet und enthält eine kurze prägnante Botschaft. Er wird ausgeteilt, versandt oder aufgelegt.

Gewinnspiele

Gewinnspiele auf Postkarten findet man häufig in Zeitschriften, Supermärkten oder an Infoständen. Ebenso gängig sind Gewinnspiele im Internet oder auf Social-Media-Plattformen. Meist muss man eine einfache Frage beantworten, um an einem attraktiven Gewinnspiel teilzunehmen. Bei Gewinnspielen im Internet ist häufig zusätzlich zur Gewinnfrage auch das Hinterlassen eines Kommentars und/oder das Markieren von Personen nötig, um teilnehmen zu können. Ziel dieser Werbeform ist es, eine Marke in Erinnerung zu rufen und unter den Menschen zu verbreiten.

Headline

Headline bedeutet übersetzt Schlagzeile und ist die Überschrift einer Werbeanzeige, Broschüre oder Zeitschrift. Sie vermittelt in wenigen gut durchdachten Worten die Hauptbotschaft und hat das Ziel, Aufmerksamkeit zu erregen und so zum Lesen des weiteren Textes (Fließtext) anzuregen.

Jingle

Ein Jingle ist eine kurze charakteristische Melodie oder ein gesungener Text bei einer Werbesendung im Radio oder Fernsehen. Ziel ist, dass dieser „Ohrwurm“ an ein bestimmtes Produkt oder an ein Unternehmen erinnert.

Kundenzeitschrift

Eine Kundenzeitschrift gehört zur Öffentlichkeitsarbeit eines Unternehmens und dient der Kundenpflege. Sie ist meist kostenlos und informiert Privat- oder Geschäftskund:innen über Veränderungen im Unternehmen, weitere Ziele sowie Werbeangebote.

Logo

Das Logo ist das stärkste Wiedererkennungselement eines Unternehmens und Teil des optischen Erscheinungsbildes. Das Logo ist ein Bild, eine Grafik, ein Schriftzug oder auch eine Kombination aus diesen Elementen. Es soll einfach gestaltet und in einer Breite von 20 Millimetern und kleiner noch deutlich erkenn- und lesbar sein.

Mall Signage

Mall Signages sind digitale Werbeträger (LCD-Fernseher), die in stark besuchten Shoppingcentern, Bahnhöfen, Flughäfen oder auf Messen zu finden sind. Programme wie Werbung, Lifestyle und Information werden ohne Ton gesendet. Geschäfte haben somit die Möglichkeit, direkt vor Ort zu werben.

Marketing

Marketing sind alle Maßnahmen, die eine Firma unternimmt, um ihre Produkte und Dienstleistungen auf dem Markt zu verkaufen. In großen Firmen gibt es eine eigene Marketingabteilung. Marketingfachleute erforschen den Markt und holen Informationen über das Kaufverhalten von Verbraucher:innen ein. Sie überprüfen, welche Produkte angeboten, welche gekauft werden und ob es neue Trends am Markt gibt. Sie entscheiden, ob das Unternehmen ein neues Produkt herstellen soll, wie viel es kosten muss, wo es verkauft wird und welche Werbestrategien angewandt werden.

Merchandising

Merchandising bedeutet, dass im Zuge von erfolgreichen Kinofilmen und Fernsehserien zahlreiche Zusatzprodukte auf den Markt kommen. Die Palette der Merchandising-Produkte ist sehr umfangreich und reicht von Videos, Spielen, Tassen, Comicfiguren bis zu Kleidungsstücken, Süßigkeiten und vielem mehr. Manche Kinofilme haben mit ihren Merchandising-Erlösen mittlerweile mehr Gewinn erwirtschaftet als mit

ihren Einspielergebnissen. Besonders Kinder und Jugendliche sind verleitet, Produkte mit der Abbildung ihrer Lieblingsfilm- oder Comicfigur zu kaufen. Mit dem Kauf von Merchandising-Produkten wird man selbst wieder zum Werbeträger.

Newsletter

Newsletter sind kurze abonnierte Informationsbriefe, die per E-Mail an den Kundenstamm verschickt werden. Dadurch erhalten Kund:innen regelmäßig Informationen über die Produkte, Produktneuerscheinungen und Sonderangebote eines Unternehmens, ohne dessen Homepage zu besuchen. Der Newsletter ist ein Instrument des E-Mail-Marketings und wird zur Kundenbindung und Marktforschung eingesetzt.

Onlinewerbung

Onlinewerbung ist Werbung, die mit Hilfe des Internets erfolgt. Natürlich wird auch das World Wide Web vielfältig genutzt, um für Produkte und Dienstleistungen zu werben. Durch die technischen Möglichkeiten, die das Internet bietet, können Anwender:innen (User:innen) auf unterschiedlichste Weise kostengünstig und zielgerichtet erreicht werden.

Zu den bekanntesten Teilgebieten im Onlinebereich zählen unter anderem die klassische Bannerwerbung, das Suchmaschinenmarketing, die E-Mail-Werbung oder das Social-Media-Marketing (mehr dazu weiter unten).

Opinionleader

Opinionleader heißt übersetzt Meinungsführer:in. Diese nehmen auf Grund ihrer Bekanntheit oder ihres Erfolgs Einfluss auf die Ansichten und Verhaltensweisen anderer Personen. Dadurch lassen sich nicht nur Produkte leichter verkaufen sondern sogar politische Ansichten. Ebenfalls zur Gruppe der Opinionleader zählen die sogenannten Influencer. Darunter versteht man Personen in sozialen Netzwerken, deren

Meinung für viele Menschen großes Gewicht hat. Besonders von Jugendlichen werden Influencer oft als vertrauenswürdig wahrgenommen, sodass sie (Kauf-)Entscheidungen beeinflussen können.

Werbeforscher:innen haben herausgefunden, dass wir uns in dem, was wir mögen oder nicht mögen, eher nach anderen Menschen richten als nach Werbeversprechungen. Deshalb ist es für die Werbung wichtig, gezielt Opinionleader für ihre Produkte zu gewinnen.

Peergroup

Peergroup bedeutet übersetzt Gruppe von Gleichartigen. Dieser Begriff wird in der Werbung für eine Gruppe von Menschen verwendet, die sich mögen und die gleichen Interessen haben. Für viele Jugendliche ist die Meinung der Clique wichtig, wenn sie entscheiden, wie sie ihre Freizeit gestalten und welche Kleidung oder Musik sie gut finden. Jugendliche beeinflussen sich gegenseitig. Aus diesem Grund beschäftigt sich die Jugendwerbung intensiv mit den Peergroups.

Plakate

Plakate sind unterschiedlich große Papierbögen, die meist an Plakatwänden aufgeklebt sind. Sie werden überwiegend für die Produktwerbung eingesetzt, jedoch auch von gemeinnützigen Organisationen z.B. für Spendenaufrufe als Werbemittel verwendet. Sie hängen an öffentlich zugänglichen Stellen und werden oft nur flüchtig wahrgenommen. Damit die Werbebotschaft dennoch ihr Ziel erreicht, besteht ein Plakat meist aus einem großen Bild und einem kurzen prägnanten Slogan. Die Werbebotschaft wird dabei auf eine zentrale Idee reduziert.

Pop-under

Ein Pop-under funktioniert ähnlich wie ein Pop-up. Es erscheint hinter dem geöffneten Internetfenster. Erst wenn man es schließt, entdeckt man das Pop-under.

Pop-up

Pop-ups sind Werbefenster im Internet, die sich öffnen, wenn man bestimmte Internetseiten aufruft. Sie zeigen Informationen oder Werbungen an und müssen einzeln geschlossen werden. Um das Erscheinen der oftmals sehr lästigen Pop-up-Fenster zu unterbinden, haben moderne Browser Pop-up-Blocker. Pop-up-Formen sind teilweise beweglich und wandern mit, wenn man sich auf der Internetseite bewegt.

Product-Placement

Beim Product-Placement werden Markenprodukte so in die Handlung von Kinofilmen oder Fernsehserien eingebaut, dass der Produktname erkennbar ist. Mit Product-Placement wird häufig versucht, die klare Trennung von Werbung und Programm zu verwischen.

Rolling Boards

Rolling Boards sind große, hinterleuchtete und durch Glas geschützte Außenwerbeträger in Form von Plakaten. Eine besondere Werbewirksamkeit erzielen sie durch den Wechsel ihrer Motive. 3 Bilder wechseln sich in festgelegten Zeitabständen ab und erhöhen damit die Aufmerksamkeit der Betrachter:innen. Rolling Boards sind nur in städtischen Gebieten, entlang stark befahrener Verkehrswege zu finden und so angebracht, dass sie auch aus größerer Entfernung gut sichtbar sind.

Schul sponsoring

Beim Schul sponsoring unterstützt ein Unternehmen eine Schule mit Sach- oder Geldzuweisungen. Im Gegenzug wird das Unternehmen z.B. bei Schulveranstaltungen lobend erwähnt oder als Sponsor im Schulbericht oder in der Schülerzeitung angeführt. Aus Sicht der Sponsoren erzielen sie so ein gutes Image und können Schüler:innen als aktuelle oder zukünftige Kund:innen gewinnen. Dieser Einzug der Werbung in die Schulen ist jedoch umstritten und führt zu zahlreichen Diskussionen.

Schutz gegen unerwünschte Werbezusendungen

Man kann jedoch etwas gegen diese Flut von Werbesendungen tun, indem man sich in die „Robinsonliste“ eintragen lässt.

Die „Robinsonliste“ ist eine so genannte Schutzliste mit Kontaktdaten von Personen, die kein unangefordertes, persönlich adressiertes Werbematerial per Post erhalten wollen. Durch Einsendung eines kurzen formlosen Schreibens unter Angabe der genauen persönlichen Daten (Vor- und Familienname, Anschrift) an den Fachverband Werbung und Marktkommunikation, Wiedner Hauptstraße 57, 1040 Wien oder per E-Mail unter werbung@wko.at werden die eingelangten Daten an die österreichischen Adressverlage und Direktwerbeunternehmen weitergeleitet, die dann diese Angaben aus ihren Datenbeständen streichen.

Um die Zustellung von nicht persönlich adressierten Werbematerialien (Kaufhausprospekte, Flyer etc.) zu verhindern, kann der „Flugblattverzichter“ an der Haus-/Wohnungstür bzw. am Briefkasten angebracht werden und ist für 3 Jahre gültig. An dieses Werbeverbot sollten sich Werbemittelvertreiber, Post und alternative Postdienstleister halten.



Den „Flugblattverzichter“ erhält man über eine schriftliche Bestellung: „Die Werbemittelvertreiber“, Postfach 500, 5760 Saalfelden am Steinernen Meer, Kennwort „Bitte keine unadressierte Werbung“. Ein ausreichend frankiertes Rückantwortkuvert muss beigelegt werden. Fragen zum „Flugblattverzichter“ werden unter der Telefonnummer +43 (1) 90 83 08 beantwortet.

Social Media Marketing

Social Media Marketing ist ein wesentlicher Werbebereich. WhatsApp, Youtube, Instagram, Snapchat, TikTok und Pinterest waren die am häufigsten genutzten sozialen Netzwerke Österreichs Jugendlicher im Jahr 2021.

vgl. www.saferinternet.at/services/jugend-internet-monitor (2022-03-25)

Diese Kanäle werden bewusst genutzt, um Werbung bei der jeweiligen Zielgruppe zu platzieren. Die Strategien der Unternehmen sind sehr vielfältig und dynamisch. Im Vordergrund stehen die Markenbildung, die Kundenbindung und der Verkauf.

Werbeagentur

Eine Werbeagentur ist eine Firma, die für andere Unternehmen oder Auftraggeber:innen Werbestrategien entwickelt und Werbekampagnen gestaltet. In einer Werbeagentur arbeiten meist Marketingfachleute, Grafiker:innen und Texter:innen.

Werbeblock

Ein Werbeblock ist eine Pause vor, während oder nach einer Sendung mit hohen Einschaltquoten. Während des Werbeblocks sieht man mehrere Werbespots hintereinander. Je nach Sendezeit sind die Kosten, die ein Unternehmen dem Fernsehsender für die Ausstrahlung seiner Werbung zahlen muss, unterschiedlich hoch.

Werbegeschenke

Werbegeschenke werden auch Give-aways genannt. Beispiele dafür sind Kugelschreiber, Stifte, Shirts, Tassen, USB-Sticks, Smartphone Zubehör oder andere (kleine) Geschenke, häufig alltägliche Gebrauchsgegenstände. Diese sind meist mit den Firmen-Logos, Slogans, Sprüchen oder Bildern bedruckt. Give-aways werden von den Unternehmen verschenkt um das Unternehmen bei Gebrauch des Gegenstands in Erinnerung zu rufen.

Werbemittel

Als Werbemittel bezeichnet man alle von Werbefachleuten gestalteten Werbematerialien. Es gibt unzählige Werbemittel wie z.B. Anzeigen in Druckmedien, Großflächenplakate und Werbespots. Welche Werbemittel bei einer Werbekampagne verwendet werden, hängt wesentlich von der Zielgruppe und deren Interessen ab. Haben sich die Werbefachleute für ein Werbemittel entschieden, wird anschließend der Werbeträger (z.B. Zeitung, Fernsehen, Radio, Website ...) festgelegt.

Werbepot

Ein Werbespot ist ein kurzer Film, der für ein Produkt, eine Marke oder eine Dienstleistung wirbt. Der Inhalt wird von einer Werbeagentur entwickelt und von einer Werbefilmproduktionsfirma hergestellt. Am häufigsten werden Fernsehwerbungen geschaltet. Eine Kinowerbung ist meist länger und wird in Kinos vor dem Hauptfilm gezeigt.

Zielgruppe

Eine Zielgruppe ist eine Gruppe von Menschen, die gleiche oder ähnliche Merkmale und Interessen aufweisen. Unternehmen können nur dann ihre Produkte verkaufen, wenn die richtige Zielgruppe individuell angesprochen wird. Eine ungenaue Zielgruppenbestimmung kann für den Produktverkauf schlimme Folgen haben. Daher beschäftigt sich die Marktforschung intensiv mit der Untersuchung von Zielgruppen und ihren Bedürfnissen und Vorlieben.

Anmerkungen