

WERBUNG

Im Rahmen des Marketing ein Instrument der Kommunikationspolitik neben der Verkaufsförderung, der Öffentlichkeitsarbeit und dem persönlichen Verkauf.

Werbung hat folgende Funktionen:

- Eine Bekanntmachungsfunktion, indem sie auf Produkte, Dienstleistungen oder Ideen hinweist
- Eine Informationsfunktion, indem sie auf Merkmale wie Produkteigenschaften, -qualitäten, -verwendung, -preise hinweist
- Eine Suggestionfunktion, weil Werbung emotionale Kräfte durch Farben, Bilder, Musik freisetzt, die dem Umworbenen den Eindruck vermitteln, mit dem beworbenen Objekt den Zielen seiner Wunsch- und Traumwelt näher zu kommen
- Eine Imagefunktion, wenn Werbung das Werberobjekt so präsentiert, dass es sich positiv von der Konkurrenzprodukten unterscheidet
- Eine Erinnerungsfunktion, da sie durch mehrfaches Wiederholen der Werbebotschaft Gedächtniswirkungen und Lernprozesse bezüglich des Werbeobjekts hervorruft.

Die gesteuerte Form der Beeinflussung von Menschen geschieht durch den Einsatz von **Werbemitteln** (Anzeigen, Fotos, Werbespots, Warenproben) und **Werbeträgern oder Werbemedien** (Zeitung, Radio, Fernsehen, Plakatwände), um:

- den Absatz von Waren und Dienstleistungen zu fördern,
- vorhandene Käufer zu erhalten,
- neue zu gewinnen,
- neue Waren und Dienstleistungen einzuführen.

Einzel- bzw. Alleinwerbung: ein Unternehmen wirbt für seine Leistung allein

Kollektivwerbung: betreiben mehrere Unternehmen gemeinsam für ihr Produkt, als Gemeinschaftswerbung („Milch machs“), wobei die Unternehmen anonym bleiben, oder die Betriebe werden namentlich genannt wie bei der Sammelwerbung (Autohändler werben gemeinsam für eine Automarke).

Nach der Art der Ansprache wird differenziert zwischen

- **Massenwerbung** (die sich an eine größere Personengruppe richtet)
- **Direktwerbung** (die sich gezielt an einzelne Personen wendet)

AIDA – Formel:

- Attention
- Interest
- Desire
- Action

Werbeagentur: selbständiges Unternehmen, das gegen Entgelt Werbung für Unternehmen aller Branchen plant, ausarbeitet und betreut.

Werbeplanung: systematische Vorgehensweise bei der Werbung , um die Werbewirkung und den Werbeerfolg zu verbessern. Folgende Schritte sollten dabei eingehalten werden:

- **Bestimmung der Werbeziele**
- **Bestimmung der Zielgruppen**
- **Festlegung der Werbeaussage, des Inhalt der Werbebotschaft**
- **Bestimmung der Werbemittel und Werbeträger**
- **Festlegung des Werbebudgets, der Geldmittel für Werbung**
- **Durchführung einer Werbeerfolgskontrolle, z.B. Messung der Umsatzsteigerung oder Befragung von Käufern.**

FUNKTIONEN DER WERBUNG

- **Bekanntmachungsfunktion,**
indem sie auf Produkte, Dienstleistungen oder Ideen hinweist
- **Informationsfunktion,**
indem sie auf Merkmale wie Produkteigenschaften, -qualitäten, -verwendung, -preise hinweist
- **Suggestionsfunktion,**
weil Werbung emotionale Kräfte durch Farben, Bilder, Musik freisetzt, die dem Umworbenen den Eindruck vermitteln, mit dem beworbenen Objekt den Zielen seiner Wunsch- und Traumwelt näher zu kommen
- **Imagefunktion,**
wenn Werbung das Werberobjekt so präsentiert, dass es sich positiv von der Konkurrenzprodukten unterscheidet
- **Erinnerungsfunktion,**
da sie durch mehrfaches Wiederholen der Werbebotschaft Gedächtniswirkungen und Lernprozesse bezüglich des Werbeobjekts hervorruft.

Werbeplanung:

systematische Vorgehensweise bei der Werbung, um die Werbewirkung und den Werbeerfolg zu verbessern. Folgende Schritte sollten dabei eingehalten werden:

- **Bestimmung der Werbeziele**
- **Bestimmung der Zielgruppen**
- **Festlegung der Werbeaussage, des Inhalt der Werbebotschaft**
- **Bestimmung der Werbemittel und Werbeträger**
- **Festlegung des Werbebudgets, der Geldmittel für Werbung**
- **Durchführung einer Werbeerfolgskontrolle, z.B. Messung der Umsatzsteigerung oder Befragung von Käufern.**