

AUFGABE

Legen Sie sich einige Werbebriefe, Prospekte und Anzeigen auf den Schreibtisch und beantworten Sie die folgenden Fragen:

Finden sich in diesen Werbemitteln Motive der Informationsaufnahme? Wenn ja, welche? Und an welchen Stellen tauchen sie auf?











AUFGABE

L 01 / 01

Texten Sie – so gut Sie können – für Ihre eigenen Produkte Headlines, die jeweils eines der Grundmotive ansprechen.

Kleine Anmerkung: Mit dem Headline-Texten beschäftigt sich detailliert die Lektion 9. Für diese Übung ist es jedoch nicht so wichtig, eine perfekte Headline zu texten. Sie sollen einfach ein Gefühl für den Einsatz der fünf Grundmotive der Informationsaufnahme bekommen.

Wie sieht eine Headline aus, die einen **Vorteil** zeigt?

Wie klingt Ihre Headline, wenn Sie an **etwas Bekanntem** für Ihre Leser anknüpft?

Wie klingt eine Headline, die **neugierig** macht?

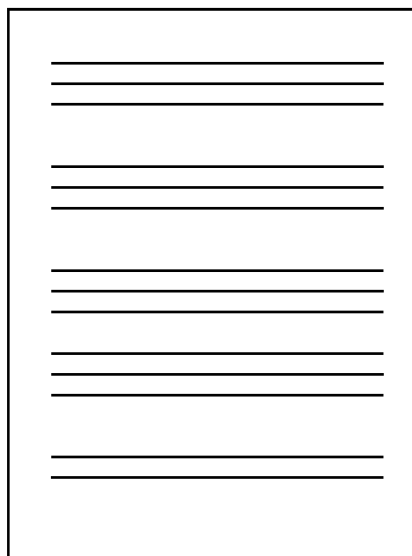
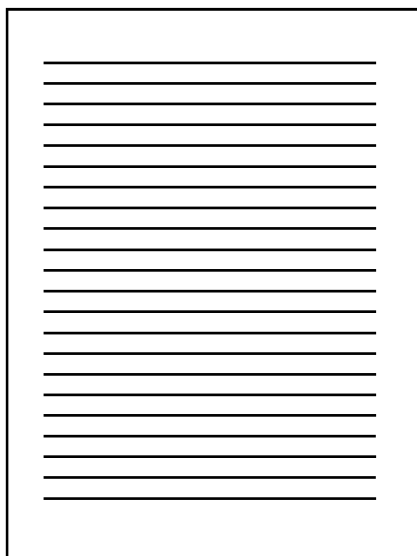
AUFGABE

Zu guter Letzt: Texten Sie eine Headline, die „**Druck macht**“.

AUFGABE

L 01 / 03

Sie können wählen: Welchen Text lesen wir wohl zuerst?



Begründen Sie:
