

9

Lektion

Lösungsvorschläge zu den Text- und Arbeitsaufgaben

L 09 / 01

Aufgabe: Wie oder mit welchen Aktionen verkaufen wir mehr Monatstickets für Bus und Bahn?		
Gewinncode auf jedem Ticket	Bonus bei Führerscheinabgabe für eine bestimmte Zeit	Rabatt oder Kundenkarte bei Abo (Jahre 4 Monate, bezahlt nur 3)
unter anderem kann man ein Abo (Vergünstigungen) für eine Monatskarte gewinnen	Aktion: Tausche Führerschein gegen 1 Monatskarte (Kosten, ob Nahverkehrs besser ist als Auto)	z. B. Vergünstigung im Kino oder Theater, wenn man Abo für Monatskarte vorzeigt
o. Gewinn von Tickets f. Veranstaltungen (inkl. Anfahrt Bus/Bahn)	Wenn Führerscheinabgabe verlängert wird, Vergünstigungen	größere Reichweite d. Tickets bei Abo
o. Gewinn von emi, Kundenkarte in Kooperation mit Unternehmen + Einweisung + weite Rabatt (z. B. KMO, Schwimmbad)	man spendet Geld und tut was für die Umwelt → wenn bekommt für sein Umweltbewusstsein Rabatte für Bio- energie o. d.	man kann ab 20:00 o. d. weitere Personen mitnehmen → zusätzlich hat man gleich eine Begleitung zur Veranstaltung
QR-Code auf Ticket ausdrucken → spezielle Landeseite mit Premium-Inhalten, Vorteilen...	Anderer Ökoherke: Bio-Limnade, Bio-Gemischkiste	Zusätzliche Rabatte für Groß- & Firmenkunden → Special-Aktion / -Kooperation m. Firmen
Gewinn von Gutscheinen / Betrieben / Geschäfte der Region, die man mit Bus/Bahn erreichen kann	= Kooperation mit anderen Bio-/Öko-Projekten o. -Initiativen → Vergünstigungen → Vorteil f. beide Seiten	weitere Vergünstigungen, je länger das Abo dauert

LÖSUNG

L 09 / 02

Überlegen und begründen Sie: Klassische Headline oder eine aus dem Dialogmarketing?



Ganz klar: Hier handelt es sich um eine Headline der klassischen Werbung. Diese Anzeige ist eine typische Image-Anzeige. Ihr Ziel: Die Bekanntheit von Produkt und Marke zu steigern. Die Headline bewirkt, dass der Leser innehält. Er macht sich Gedanken über die Aussage (bzw. Frage) der Headline. Das Gute daran: Seine Denkzeit ist Beschäftigung mit Marke, Produkt und Unternehmen.

LÖSUNG

L 09 / 03

Überlegen und begründen Sie: Klassische Headline oder eine aus dem Dialogmarketing?

DER NEUE FIAT DOBLÒ:
IHR KINDERGARTEN,
SKIZIRKUS, MANNCHAFTSBUS,
HUNDEKÖRBCHEIN, KOFFERTRÄGER,
LIEBESNEST, HOBBYRAUM...

I ♥ MY DOBLÒ

Abb. enthält Sonderausstattung.

- Bis zu 7 Sitzplätze
- Größter Kofferraum seiner Klasse (bis 3.200 l)
- 2 seitliche Schiebetüren
- ESP
- Front-, Seiten- und Kopf-Airbags
- Start & Stopp Automatik

FAMILY SMILE & DRIVE-ANGEBOT
JETZT AB 139,- € IM MONAT
inkl. 4 JAHRE WARTUNG & REPARATUR*
SOWIE 4 JAHRE GARANTIE*

Der neue Fiat Doblo ist der perfekte Freund der Familie und aller anderen, die Platz brauchen. Machen Sie jetzt eine Probefahrt. Und gewinnen Sie einen Fiat Doblo für ein ganzes Jahr bis zu 20.000 km! Mehr auf fiatdoble.de - Dort können Sie noch etwas Gutes tun: Schenken Sie Kindern, die Hilfe brauchen, ihr Herz und wir schenken dem Deutschen Kinderschutzbund Bundesverband e. V. einen Fiat Doblo.

* Ein Leasingangebot der Fiat Bank für den Fiat Doblo zzgl. Überführungskosten; 48 Monate Laufzeit; 40.000 km Gesamtfahrleistung; ab 5.300,- € Sonderzahlung, inkl. Wartung und Reparatur gemäß den Serviceleistungen der Fiat Bank. Gültig für Bestellungen von noch nicht bereits zugelassenen Neuzulassung Fiat Doblo bis 30.06.2016.
 ** Fahrzeuggarantie inkl. Fiat-Mobilitätsgarantie (gemäß deren Bedingungen) für 4 Jahre oder max. 80.000 km, je nachdem, was zuerst eintritt.
 *** in Kombination mit dem Leasingvertrag.

Diese Headline geht schon eher in die Richtung Direktmarketing. Der Leser wird persönlich angesprochen. Außerdem kann sie beliebig weitergeführt werden und regt den Leser damit zur persönlichen Denkarbeit an.

LÖSUNG

L 09 / 04

Überlegen und begründen Sie: Klassische Headline oder eine aus dem Dialogmarketing?



Herzli W. Garmatz

**LISTERINE nach dem Zähneputzen.
Damit der Mund
wirklich sauber ist.**

Die ideale Ergänzung zur Zahnbürste. Gut nach dem Zähneputzen und Ihre individuelle Aftershave.

LISTERINE bekämpft nachweislich bis zu 99% der schädlichen Bakterien, die Zahnbelag, Zahnfleischentzündungen und Mundgeruch verursachen. Dabei bleibt die Mundflora im Gleichgewicht.

So entsteht ein rundum frisches, sauberes und gesundes Mundgefühl. Im Vergleich zum Zähneputzen allein werden Sie den Unterschied sofort spüren. Probieren Sie es aus und kommen Sie auf den Geschmack.
www.listerine.de

LISTERINE®
Wirkt so stark, wie es schmeckt.

Diese Headline wiederum ist eine Headline aus der klassischen Werbung. Sie kann für sich alleine stehen und funktioniert auch ohne Bezug zum nachfolgenden Text. Hier geht es um keine direkte Kundenreaktion, sondern darum, das Produkt bekannt(er) zu machen.

LÖSUNG

L 09 / 05

Mit dem Vulkanausbruch auf Island 2010 schaltete l'tur Print-Anzeigen. Dort heißt es: „Schnell fliegen, bevor er es sich wieder anders überlegt.“

Nun sind Sie dran: Variieren Sie und überlegen Sie sich weitere Headline-Ideen. Nutzen Sie unterschiedliche Headline-Techniken. Wie klingt die Headline ...

**1. Mit der Fragemechanik?**

Was tun, wenn er es sich anders überlegt? Schnell buchen!

2. Mit Zeitdruck?

Jetzt gleich buchen! Bevor er es sich wieder anders überlegt ...

3. Mit der Leserfragen-Technik?

So kommen Sie in die Luft, bevor er wieder in die Luft geht ...

LÖSUNG

L 09 / 06

Was würden Sie hier ändern? Bild? Headline? Copy? Und wieso?



Die Headline ist in dieser Anzeige wirklich stark, sehr aussagekräftig und klar positioniert. Sie weckt beim Leser sofort Neugier: Er will wissen, um welches „Werk“ es sich denn hier handelt.

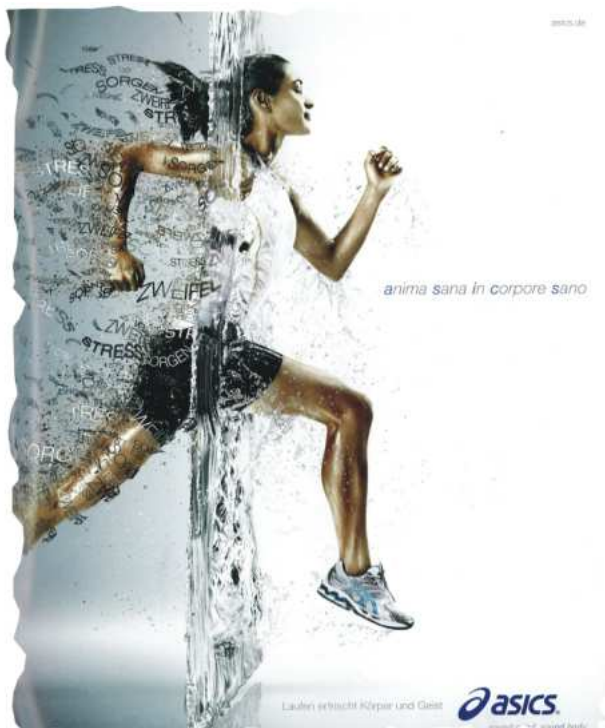
Dann jedoch ein Bild eines Atomfasses zu zeigen ist völlig unpassend. Die Assoziation beim Leser läuft beim Betrachten des Bildes vollkommen in die falsche Richtung. Er sieht das Fass und denkt sich: „Diese Firma hat also was mit Atommüll zu tun.“ Dabei steht das werbende Unternehmen in Wirklichkeit „für eine Stromversorgung ohne Atomkraft“. Dies wird der Kunde aber gar nicht mehr lesen, da das Bild viel zu dominant in der Anzeige ist.

Es weckt negative Gefühle beim Kunden. Besser, aber auch nicht ideal, wäre es gewesen, das Atomfass mit einem Kreuz durchzustreichen oder auf ähnliche Weise dem Kunden wenigstens bildlich zu signalisieren, dass das Unternehmen *gegen* Atomkraft ist.

LÖSUNG

L 09 / 07

Wie beurteilen Sie die Headline? Hier steht: „anima sana in corpore sano“. Falls Sie Optimierungs-Chancen entdecken: Machen Sie es besser!



Diese Headline orientiert sich am bekannten lateinischen Sprichwort „Mens sana in corpore sano“. Soll heißen: Ein gesunder Geist in einem gesunden Körper. Das Bild ist stimmig mit der Headline, obwohl diese grafisch noch etwas dominanter sein dürfte. Allerdings ist das Sprichwort nur für Menschen mit Lateinkenntnissen zu verstehen. Besser wäre es daher gewesen, ein passendes deutsches Sprichwort zu finden.

LÖSUNG

L 09 / 08

Diese Headline kennen Sie schon. Ihre Aufgabe nun: Texten Sie neu. Finden Sie weitere stimmige Bilder, die zu einem Familien-Van passen.

DER NEUE FIAT DOBLÒ:
IHR KINDERGARTEN,
SKIZIRKUS, MANNSCHAFTSBUS,
HUNDEKÖRBCHEIN, KOFFERTRÄGER,
LIEBESNEST, HOBBYRAUM...

I ♥ MY DOBLÒ

Bis zu 7 Sitzplätze
Größter Kofferraum seiner Klasse (bis 3.200 l)
2 seitliche Schiebetüren

ESP
Front-, Seiten- und Kopf-Airbags
Start & Stopp Automatik

FAMILY SMILE & DRIVE-ANGEBOT
JETZT AB 139,- € IM MONAT
(INKL. 4 JAHRE WARTUNG & REPARATUR)*
SOWIE 4 JAHRE GARANTIE!

Der neue Fiat Doblo ist der perfekte Freund der Familie und aller anderen, die Platz brauchen. Machen Sie jetzt seine Probefahrt. Und gewinnen Sie einen Fiat Doblo für ein ganzes Jahr bis zu 20.000 Euro. Mehr auf doblode.de - Dort können Sie noch etwas Glück tun. Schenken Sie Kindern, die Hilfe brauchen, Ihr Herz und wir kümmern dem Deutschen Kinderschutzbund Bundesverband e. V. einen Fiat Doblo.

* Bis Leasingende der Fiat Bank für den Fiat Doblo (zzgl. Überführungskosten: 48 Monate Laufzeit: 40.000 km Gesamtleistung: ab 8.300,- € Sonderzahlung, inkl. Wartung und Reparatur gemäß den Serviceleistungen der Fiat Bank. Gültig für Bestellungen von nach rechts bereits zugelassenen Neufahrzeugen Fiat Doblo bis 30.09.2012.
* Fahrzeuggarantie inkl. Fiat-Motorgehäuses gemäß diesen Bedingungen für 4 Jahre oder max. 80.000 km, je nachdem, was zuerst eintritt.
* 10 Jahre Leasingvertrag.

Der neue Fiat Doblo ...

Der neue Fiat Doblo: Für Ihre Schützlinge nur das Beste.

Der neue Fiat Doblo: Rasselbanden-sicher.

Der neue Fiat Doblo: Für entspannte Familien!

Der neue Fiat Doblo: Macht das Familienleben leichter.