

## Strategien der Werbung

### Positionierung

Die Werbung soll die Wahrnehmung der Konsumenten und Konsumentinnen so beeinflussen, dass das Angebot

- in den Augen der Zielgruppe so **attraktiv** ist und
- gegenüber konkurrierenden Angeboten so **abgegrenzt** wird, dass es anderen Angeboten vorgezogen wird.

### Strategien:

- Informationen
- Emotionen
- Aktualität

### Informationen

Informationen über die Eigenschaften eines Angebots werden vermittelt, z. B. über eine Versicherung, ein Auto.

### Emotionen

Wenn die Informationen zu einem Angebot weniger in den Vordergrund gerückt werden, wird das Angebot oft erlebnis- und emotionsbetont beworben, z. B. indem ein bestimmtes Lebensgefühl oder Schlüsselbilder dargestellt werden.

Beispiel: Zigarettenwerbung

### Aktualität

Durch eine auffallende Inszenierung des Produkts oder des Markennamens sollen der Konsument oder die Konsumentin darauf aufmerksam gemacht werden.

Beispiel: Werbung mit Prominenten

Quelle: Kroeber-Riel, W.: Strategie und Technik der Werbung. Stuttgart 1993