

# Werbung für den Regenwald - Werbeslogans

Das Thema in diesem Briefing: **Werbeslogans**.

Dabei zeigen wir euch, wie ihr in ein paar Schritten euren eigenen Werbeslogan für den Regenwald erstellen könnt. Los geht's!

## „Haribo macht Kinder froh – und Erwachsene ebenso...“ (Haribo)

.... kennt doch jeder! Doch was macht diesen Slogan so erfolgreich? Zum einen wäre da der Reim, der einem sofort ins Ohr geht (froh/ebenso). Dadurch bekommt der Slogan etwas Melodisches. Die Melodie der Haribo-Werbung kann jeder mitsingen. Das klappt nicht nur in Deutschland, sondern weltweit: Haribo, c'est beau la vie – pour les grands et les petits (Französisch) oder kids and grown-ups love it so – the happy world of Haribo (Englisch).

Wir wissen also: Ein Werbeslogan der sich reimt bleibt lange im Kopf und entwickelt sich vielleicht sogar zum Ohrwurm!



## NACHGEFRAGT

### Natur in der Werbung? Na klar!

Natur spielt in der Werbung eine große Rolle, dabei hat sie meistens gar nichts mit dem eigentlichen Produkt zu tun. Häufig wird sie als Kulisse für Werbespots verwendet wie z.B. bei diversen Auto-Werbungen. Auch Tiere finden sich häufig in Werbespots wieder. Egal ob animiert, wie der Schwäbisch-Hall-Fuchs oder lebendig wie die Milka-Kuh. Doch kann man Werbung auch für die Natur und den Naturschutz verwenden?

Wenn man sich auf die Suche nach Werbespots begibt, die der Natur zugutekommen, ist diese meistens erfolglos. Im Vordergrund steht das Produkt, welches vermarktet und den Umsatz steigern soll. Der Naturschutz kommt da meist zu kurz.

Doch was nicht ist kann ja noch werden!

Schaut euch doch mal auf unserer Internetseite oder in unserem Regenwald ABC unter Verbrauchertipps um

[www.regenwald-schuetzen.org/verbrauchertipps/regenwald-im-supermarkt/](http://www.regenwald-schuetzen.org/verbrauchertipps/regenwald-im-supermarkt/)

Dort findet ihr ein paar Produkte die im direkten Bezug zum Regenwald stehen. Für vieles gibt es eine nachhaltige Lösung, die man super in einem Werbeslogan einbringen kann.

## AIDA

Nein, damit meinen wir nicht die Kreuzfahrtschiffe mit Kussmund, sondern ein Werbemodell, das bereits 1898 von Elmo Lewis entwickelt wurde. Das Werbemodell lässt sich in vier Phasen unterteilen, deren Anfangsbuchstaben den Namen AIDA ergeben:



**A** Attention – Aufmerksamkeit wecken



**I** Interest – Interesse am Produkt erzeugen



**D** Desire – Kaufwunsch fördern



**A** Action – Kaufhandlung bewirken

### Das heißt, deine Anzeige...

... muss zunächst Aufmerksamkeit wecken, um überhaupt wahrgenommen und nicht einfach übergangen zu werden. Dies kann z.B. über den Slogan oder über Bilder erfolgen.

... muss die geweckte Aufmerksamkeit auf das Produkt übertragen und Interesse für das Produkt wecken. Es gilt zu erreichen, dass sich derjenige mit dem Produkt auseinandersetzt.

... muss in ihrem Gesamterscheinen (zielgruppengenaue Ansprache der Leitmotive in Text und Bild) einen Kaufwunsch auslösen und schließlich dadurch die Kaufhandlung bewirken.



## Schreibt euren eigenen Werbeslogan!

Material: keins

1. Macht's wie Haribo und überlegt euch euren eigenen Werbeslogan, der nicht mehr aus dem Kopf geht! Denkt dabei an die AIDA-Punkte und habt sie beim Erstellen eures Slogans im Hinterkopf.
2. Ihr habt euch den perfekten Slogan überlegt? Super, dann könnt ihr anhand dieses Leitfadens letzte Änderungen eurer Dichtkunst vornehmen und die Anzeige einem kritischen Blick unterziehen.

### Leitfaden

- 1 Was ist das Produkt? Was wollt ihr bewerben? Was wollt ihr erreichen?
- 2 Zielgruppe: die Anzeige richtet sich an...
- 3 Wie würdet ihr die Zielgruppe mit ein paar Worten beschreiben?
- 4 Diesen Stil, diese Tonalität der Anzeige halten wir für sinnvoll, weil...  
(Eher seriös und konservativ oder witzig-originell?)
- 5 Dieser Wunsch, diese Sehnsucht der Zielgruppe wird mit der Anzeige bedient:
- 6 Diese Info / Botschaft soll vermittelt werden:
- 7 Dieser Slogan soll unser Anliegen einprägsam machen:
- 8 Diesen Text wollen wir in die Anzeige einbauen:
- 9 Als Blickfang der Anzeige nehmen wir:  
(Bild, provokatives Wort, Grafik?)
- 10 Folgende Bilder wollen wir einsetzen:  
(Denkfragen für euch: Was ist auf den Bildern abgebildet? Fühlt sich die Zielgruppe von dem Bild angesprochen? Spiegelt das Bild die Wünsche und Sehnsüchte der Zielgruppe?)
- 11 Wir haben uns für folgende Farben entschieden, weil...
- 12 Die Beziehung zwischen Text und Bild finden wir gelungen, wenn wir  
die Textteile grafisch folgendermaßen anordnen, weil...
- 13 Umsetzung: Hoch- oder Querformat, Zeichnung, Malerei, Collage, Fotomontage, ...?  
So haben wir uns entschieden, weil...

3. Überlegt euch im letzten Schritt, wie ihr euren Werbeslogan am liebsten präsentieren möchtet. Versucht mal euren Slogan mit einem Bild im Postkartenformat in Szene zu setzen. Der Kreativität sind keine Grenzen gesetzt!



**Nimm am Lyrik-Wettbewerb teil!**

Infos dazu unter [www.regenwald-schuetzen.org/wettbewerb](http://www.regenwald-schuetzen.org/wettbewerb)