Inhaltsverzeichnis

Einführung **11**

1. Werbung **13**
1.1 Der Werbe-Submix 14
1.2 Die grundlegende Organisationsstruktur einer typischen Werbeagentur 18
1.2.1 Der Kundenbrief/ Kundenauftrag 21

2. Branding **25**
2.1 Die Branding-Elemente 26
2.2 Die Etappen des Brandings 27
2.3 Liebesmarken 28
2.4 Rebranding 30
2.5 Die Branding-Elemente näher betrachtet 31
2.5.1 Der Markenname 31
2.5.2 Der Slogan 32
2.5.3 Das Logo 32
2.5.4 Die Farbe 33
2.5.5 Der Klang 34
2.5.6 Die Positionierung 34
2.5.6.1 Hervorhebung der USP des Produktes/ der Dienstleistung 35
2.5.6.2 Hervorhebung der UAP des Produktes/ der Dienstleistung 35
2.5.6.3 Konzentration auf die neuropsychologischen Merkmale der Verbraucher (emotionale Positionierung) 36
2.5.6.4 Konzentration auf Archetypen 40
2.5.7 Die Zielgruppe 41

2.6 Storytelling im Branding Prozess 42
2.6.1 Menschen 44
2.6.2 Gemeinschaft 45
2.6.3 Emotionen 46
2.6.4 Geschichten 46
2.6.4.1 Die Form des Produktes 49
2.6.4.2 Famientradition 50
2.2.4.3 Verweis auf historische Ereignisse 51

3. Copywriting 54
3.1 Der Copywriter/ Werbetexter 59
3.2 Die Elemente der Werbetexte 61
3.2.1 Headline (die Überschrift) 62
3.2.2 Subhead (die Unter-Überschrift) 64
3.2.3 Body Copy (der Haupttext) 65
3.2.4 Slogan 66
3.2.4.1 Die AIDA Methode 67
3.2.5 Call to Action (der Aufruf) 69
3.2.6 Die Kontaktinformationen 69
3.3 Die Kognitive Dissonanz 71
3.4 Copywriting-Plattformen 72
3.4.1 Print 72
3.4.2 Radio — Wie man einen Jingle schreibt 73
3.4.3 TV 74
3.4.4 Internet 75
3.4.5 Außenwerbung 75

4. Berühmte Werbeagenturen und ihre Arbeit 77
4.1 Ogilvy & Mather 77
4.2 Saatchi & Saatchi 79
4.3 McCann Erickson 81
4.4 BBDO 83
4.5 Wieden+Kennedy 85
4.6 DDB Worldwide 87

5. Die SIT Methode 90
5.1 Die Aktivierung 92
5.2 Die Absurde Alternative 94
5.3 Die Extreme Konsequenz 96
5.4 Die Inversion 98
5.5 Die Metapher 99
5.6 Die Extreme Anstrengung 102
5.7 Die Reduktion (Bonus) 103

6. Die Intertextualität 106
6.1 Geschichte 108
6.2 Gebräuchliche Ausdrücke 110
6.3 Literatur 111
6.4 Spielfilme 111
6.5 Musik 112
6.6 Religion 113

Bibliografie 115