

1. Sachanalyse

Werbung wird zumeist als Wirtschaftswerbung verstanden, was die Bekanntmachung von Gütern mit dem Ziel ist, sie möglichst gewinnbringend abzusetzen. Davon zu unterscheiden sind die politische Werbung (Propaganda, Öffentlichkeitsarbeit) und die religiöse Werbung (Missionierung).

Erste kommerzielle Anzeigen wurden schon in den Ruinen von Pompeji gefunden, aber die erste Werbeagentur modernen Zuschnitts wurde 1841 in Philadelphia gegründet.

Werbeträger sind ursprünglich einmal die Marktschreier, heute Radio und Fernsehen, Anschlagtafeln, Litfaßsäulen, Flugzettel, Zeitschriften, Zeitungen, Werbebriefe, Trikotwerbung und Omnibusflächen. Der Werbeträger ist das Medium, das die Werbebotschaft mit Hilfe der Werbemittel zum Konsumenten trägt.

Im Unterschied zum Werbeträger ist das Werbemittel die eigentliche Werbung.

Man kann Werbung danach unterscheiden, ob sie einen Werbeträger benötigen (z.B. braucht Fernsehwerbung den TV), oder ob sie praktisch selbst ihr eigener Werbeträger sind (z.B. Direktwerbung).

Werbung funktioniert nach der sogenannten AIDA- Formel. Sie soll demnach zuerst Aufmerksamkeit erregen (**A**ttention), dann Interesse beim potentiellen Kunden wecken (**I**nterest), seinen Wunsch zum Kauf anregen (**D**esire) und ihn schließlich zum Kauf verführen (**A**ction).

Heute gibt es viele Arten, Werbung zu machen, der Werbung im Internet gilt immer mehr Aufmerksamkeit. In der Bundesrepublik wird Werbung im Rundfunk und in Telediensten hauptsächlich durch das Gesetz des Unlauteren Wettbewerb (UWG), den Rundfunkstaatsvertrag und das Teledienstgesetz geregelt.