



Werbung

05. Mai 2009

Will ein Unternehmen heutzutage sein Produkt oder seine Dienstleistung an den Käufer bringen, gelingt das nur mit starker [Werbung](#) [1]. Denn es gibt inzwischen so viele verschiedene Marken, die das gleiche Produkt herstellen, dass der Konsument die Wahl hat. Diese Wahl so zu beeinflussen, dass der Verbraucher nun ein bestimmtes Produkt kauft und nur dieses, ist die Aufgabe der [Werbung](#) [1]. Inzwischen gibt es eine eigene Industrie, die nichts anderes macht: mit Radio- und Fernsehspots, Plakaten, Anzeigen, Katalogen, Broschüren und mit Internetauftritten.

Natürlich werden in der [Werbung](#) [1] ganz offensichtlich die Vorteile eines Produktes ins rechte Licht gerückt. Jeder, der [Werbung](#) [1] sieht, weiß, dass er beeinflusst werden soll. Doch viele glauben, dass sie dagegen mit einem wachen Verstand gewappnet sind. In Wirklichkeit sind die treibenden Kräfte aber unsere Gefühle, und unsere Entscheidungen fällen wir überwiegend unbewusst. Der Mensch reagiert auf Reize, Sekundenbruchteile, bevor er sie überhaupt bewusst wahrnimmt.

Damit arbeitet die [Werbung](#) [1]. Sie setzt solche Reize, die bewirken, dass ein Produkt die Verbraucher gefühlsmäßig anspricht und die Werbebotschaft in ihrer Erinnerung hängenbleibt. Einprägsame Slogans helfen dabei.

Wohl jeder kennt einen Werbespruch, der auch in ganz anderen Zusammenhängen verwendet wird. Wenn das geschieht, hat es das entsprechende Unternehmen geschafft, seinen Namen in den Köpfen von Millionen Menschen zu verankern. Regelmäßige Marktumfragen sollen dabei helfen, die [Werbung](#) [1] so zu gestalten, dass sie den Geschmack und die Bedürfnisse der Verbraucher treffen. Denn an deren Wünschen vorbei lässt sich kein Produkt verkaufen - auch mit der besten [Werbung](#) [1] nicht.

Damit in der [Werbung](#) [1] nicht Dinge behauptet werden, die falsch sind, gibt es Gesetze. Die Produkt-Information muss auch deutlich auf mögliche Gefahren hinweisen. [Werbung](#) [1] kann auch ganz oder teilweise verboten werden, wenn das, was beworben wird, vom Gesetzgeber als zu schädlich eingeschätzt wird oder als jugendgefährdend. Kinder müssen besonders vor [Werbung](#) [1] geschützt werden. So dürfen zum Beispiel auf Internetseiten Kinder nicht direkt aufgefordert werden, etwas zu kaufen.



[Datenschutz](#)

[Impressum](#)

Quellen-URL: <https://sowieso.de/portal/lexikon/werbung>

Verweise:

[1] <https://sowieso.de/portal/lexikon/1021>