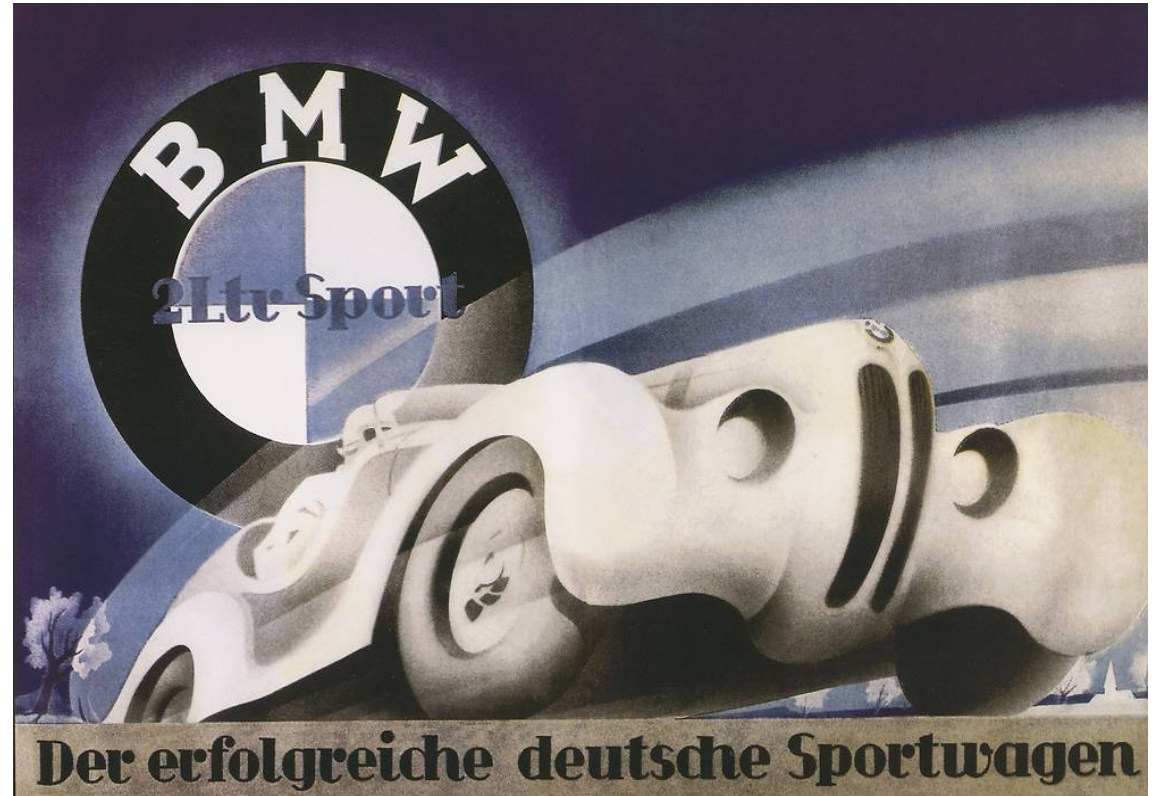


Werbung im zeitlichen Verlauf



Gliederung:

1. Etablierung der Wirtschaftswerbung
2. Faktoren der Verbreitung von Wirtschaftswerbung im Konsumgütermarkt
3. Werbung als Massenmedium
4. die drei Phasen der Werbung



AMS

Etablierung der Wirtschaftswerbung

- „Wirtschaftswerbung“ wurde erstmals in der Antike dokumentiert
- Werbung gab es in Form von: Relieftafeln, Schildern, Malereien
- **Doch:** war dies nur eine verstreute, nicht systematisch eingesetzte Form der öffentlichen Beeinflussung
- **Da:** die technischen Voraussetzungen fehlten, um Werbung zu vertreiben, die über den unmittelbaren Kundenkreis hinausgingen, wie auch die räumliche Dimension eines Marktplatzes deutlich zu überschreiten vermochten



AMS

Etablierung der Wirtschaftswerbung

- erst mit dem *Buchdruck* war dies möglich
- **Doch:** blockierte das Verbot im großen Maße für sich zu werben, eine rasche Verbreitung der Wirtschaftswerbung noch bis ins 19 Jhd.



AMS

Etablierung der Wirtschaftswerbung

- Aufhebung des *Intelligenzzwangs* am 1.1.1850
- demzufolge Anzeigen nur in den periodisch erscheinenden Amtsblättern, den *Intelligenzblättern* (*amtliches Mitteilungsblatt*. = *erste Form des Anzeigenblatt*), erscheinen durften.



AMS

Herzoglich Nassauisches allgemeines Intelligenzblatt.

Num. 6. Den 9. Februar 1811.

Obrigkeitliche Bekanntmachungen.

Nachdem Seine Herzogliche Durchlaucht zu beschliessen geruhet haben, daß nicht allein der bisher eingehaltene Modus zu Verpflegung der sich im Lande befindenden Herzoglichen Truppen mit Brod, durch Verbackung desselben aus, von der Herzoglichen Hofkammer empfangenen Früchten, aufhören soll, sondern auch, daß Dero Militair künftig mit ungemischtem aus reinem Kornmehl gebackenem Brod verpflegt werden soll, wozu es dem Lieferanten frei stehet, das erforderliche Korn anzukaufen, wo es ihm beliebt, so wird dieses hierdurch zu dem Ende zu allgemeiner Wissenschaft gebracht, damit diejenigen welche der Lieferung des Brods für die sich im Lande befindenden Herzoglichen Truppen zu übernehmen gesonnen sind, ihre desfalligen schriftlichen Submissionen, ihre Anerbietungen und Bedingungen enthaltend, innerhalb 4 Wochen von heute an gerechnet bei mir einreichen können. Folgenden Conditionen hat sich der Lieferant dabei zu unterwerfen:

1.) Der Entrepreneur hat sämtliche im Lande sich befindende Herzogliche Truppen mit Brod zu versehen, nemlich dormalen:

- a.) Die reitende Jägerdivision in Diebrich, gegenwärtig 130 Mann stark;
- b.) Das Depotbataillon in Wiesbaden, gegenwärtig 600 Mann stark;
- c.) Die Garnisonscompagnie auf der Marburg bei Braubach, gegenwärtig 60 Mann stark;

2.) Jedem Mann werden, je von 4 Tagen zu 4 Tagen, 2 vierpfündige Laibe Brod verabreicht, welche bei der Ablieferung zwei Tage, nicht mehr und nicht weniger, alt seyn, und denen alsdann an dem vierpfündigen Gewicht, nicht mehr als vier Loth fehlen dürfen.

3.) Das also abzuliefernde Brod soll aus reinem gutem Roggenmehl verbacken werden. Es wird in dieser Absicht festgesetzt, daß jedes Mainzer Malter Korn — eins ins andre gerechnet, zu achtzehn Pfund Kleien ausgemahlen werden soll. Das hierdurch erzeugte reine Mehl kann kein anderes als sehr wohlschmeckendes und gesundes Brod geben. Es darf weder wässerig, noch los gebacken, sondern es muß richtig geknetet, gut gesalzen, und darf nicht übersäuert seyn. Von der richtig und guten Qualität des abgelieferten Brodes, werden sich die mit dem Empfang desselben beauf-

Etablierung der Wirtschaftswerbung

→ Folgen:

1855 in Berlin die ersten 150 Litfaßsäulen, um der wilden plakatieren Einhalt zu gebieten

1855 in Hamburg zur Gründung der „Insertions-Argentur“ von Ferdinand Haassenstein,

Durchsetzung der Gewerbefreiheit 1871 entfaltet Inseratwesen

1894 Robert Exner: Herausgeber der beiden ersten Werbefachzeitschrift: Reklame/
Propaganda

1925 erste amerikanische Werbeagentur als Zweigniederlassung in Deutschland:

→ etablierte damit endgültig Werbung als eine Dienstleistung, die nicht nur Anzeigen vermitteln konnte, sondern den gesamten Bereich der Vermarktung übernahm



Etablierung der Wirtschaftswerbung

nationalsozialistische Herrschaft

unverzögliche Gleichschaltung des gesamten Werbewesens

erst mit der Währungsreform 1948 gewann die Werbung ihre frühere Selbstständigkeit zurück

→ seit dem ist Werbung zu einem beständigen Begleitphänomen geworden, mit einer immensen Wirkungskraft





Faktoren der Verbreitung der Wirtschaftswerbung im Konsumgütermarkt

- Entwicklung und Verbreitung von Wirtschaftswerbung seit 1871
 - industrielle Revolution
 - anstelle von Kundenproduktion trat profitorientierte Marktproduktion
 - menschliche Individuen wurden zu einer gesichtslosen Masse
 - Problem der Erreichbarkeit zwischen Hersteller und Kunde trieb die Verbreitung der Werbung voran
- Wirtschaftswerbung übernahm die Aufgabe der Wiederherstellung einer kommunikativen Erreichbarkeit der Verbraucher
„Werbung trat an die Stelle der nicht mehr möglichen persönlichen Kommunikation zwischen Erzeuger und Verbraucher.“ (Reinhardt 1993,S.44)



AMS

Werbung als Massenmedien

- Funktion: Interaktion zwischen Verbraucher und Hersteller zu ermöglichen.
- Mittels eines interaktions-freien Verkaufsgespräches
- Bsp: Verkaufstexte in alter Werbung



AMS

**18 Pfund
zugenommen**



und diese 18 Pfd gleichmäßig verteilt auf Gesicht, Arme, Brust, Hüften und Waden. Bedenken Sie, wie Ihre Figur durch diese Gewichtszunahme verschönert wird und um wieviel Sie sich dadurch begehrenswerter machen.

Durch die wohlschmeckenden

**„Eta-Tragol-
Bonbons“**

(für Damen, Herren und Kinder v. gleicher Wirkung), die nach

der Mahlzeit genommen werden, läßt sich das Körpergewicht in einigen Wochen um 10—30 Pfund erhöhen. Die unschönen Knochenvorsprünge an Wangen und Schultern schwinden. Pfund für Pfund nehmen Sie zu, an allen Körperteilen zeigt sich Fettansatz. Unbehagen und Unlust weichen, und nach ein paar Wochen hat das bisher schwächliche Aussehen einer vollen, ebenmäßigen Erscheinung Platz gemacht. Zugleich schaffen Sie aber auch, indem Sie die roten Blutkörperchen vermehren, Nervenkraft und Blut. Schachtel **M. 2.50** gegen Nachnahme, Zu beziehen von der „Eta“-Chem.-techn. Fabrik, Berlin-Pankow 117, Borkumstr. 2

Die 3 Hapo-Modelle 6x9

Das Wort „Hapo“ ist einfach aus der Verbindung Hanns Porst entstanden. Eine Kamera, die diesen Namen trägt, muß gut sein. Wenn noch hinzutritt, daß der Preis es je dem ermöglicht, diese Kamera anzuschaffen, dann ist alles getan, um einen langgehegten Besitzwunsch in Erfüllung gehen zu lassen.



Prontor S: TB 1/25, 1/50, 1/100, 1/125 mit eingebautem Selbstauslöser



Compur-Rapid S: TB 1, 1/2, 1/5, 1/10, 1/25, 1/50, 1/100, 1/200, 1/400 mit eingebautem Selbstauslöser



Compur S: TB 1, 1/2, 1/5, 1/10, 1/25, 1/50, 1/100, 1/250 mit eingebautem Selbstauslöser

Hapo 5

Ausführung: Metallgehäuse mit dauerhaftem Kunstlederbezug und Lederbalgen. Schnelle Schußbereitschaft durch Springmechanismus. Brillant- und Rahmensucher für Aufnahmen aus Augenhöhe.

Verwendet wird B-2-8-Film für 8 Aufnahmen 6x9 oder 16 Aufnahmen 4,5x6.

Hapo 10

Ausführung: Eine Springkamera mit hoher Lichtstärke und ganz niedrigem Preis. Metallgehäuse mit Lederbezug, Lederbalgen, Brillant- und optischem Durchsichtssucher. Kleinbildeinlage für 16 Aufnahmen im Format 4,5x6. Die Einstellung der Meterzahlen geschieht durch Drehen der Frontlinse.

Verwendet wird B-2-8-Film für 8 Aufnahmen 6x9 oder 16 Aufnahmen 4,5x6.

Hapo 45

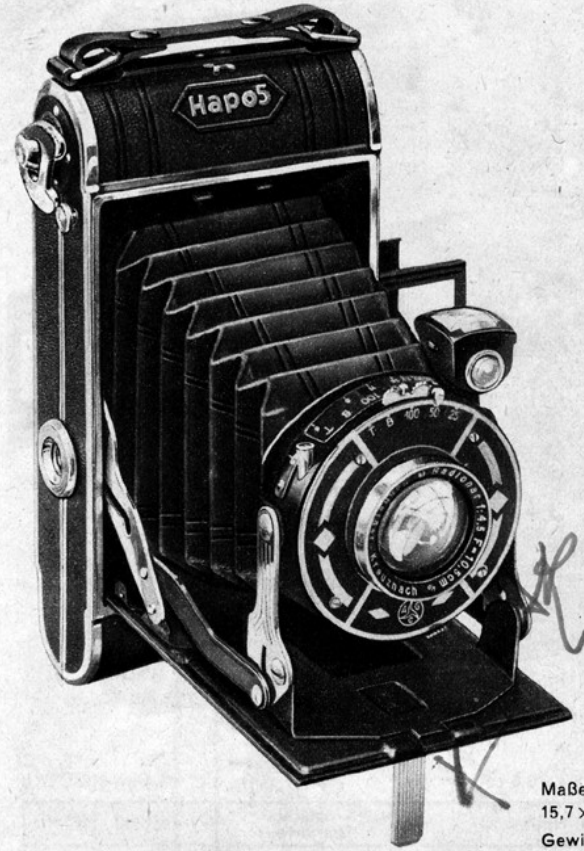
Ausführung: Springkamera mit Lederbalgen, Lederbezug, Brillant- und optischem Durchsichtssucher. Compur-Verschluß mit eingebautem Selbstauslöser von 1 bis 1/250 Sek. Durch Verwendung der im Preise enthaltenen Kleinbildeinlage erhalten Sie statt 8 Aufnahmen 6x9 16 Bilder im Format 4,5x6. Die Einstellung erfolgt durch Drehen der Vorderlinse.

Verwendet wird B-2-8-Film für 8 Aufnahmen 6x9 oder 16 Aufnahmen 4,5x6.

Photo-Porst Hapo 5 6x9

ehm eh

mit Kleinbildeinlage 4,5x6



Maße: 15,7 x 3,9 x 7,9 cm
Gewicht: 660 g

Optik	Lichtstärke Brennweite	Verschluß	Preis
Schneider-Anastigmat Radionar	4,5/10,5 cm	Prontor-S	35.—

Phototasche	5.50	Vorsatzlinse	3.15
Filter	4.50	Stative	s. S. 158

Herbert Schuld, Molkereigehilfe, Assel, Kreis Stade, 28. 10. 36

„Hapo 5, kurz und bündig ‚Einfach fabelhaft‘. Was in diesem Apparat steckt, kann man, wenn man den Preis betrachtet, gar nicht ermessen. Er ist für diesen niedrigen Preis unübertrefflich.“



Werbung als Massenmedium

- Werbung gehört zu dem System der Massenmedien und dazu noch zuständig für das Wirtschaftssystem
- Ziel: Leistungsangebot auf Markt zu Zeigen und Zahlungen zu motivieren



AMS

Clausens fasste zusammen

- Werbung ist beeinflussende Kommunikation
- Werbung ist die Kunst der Verführung



AMS

Die 3 Phasen der Werbung nach Jörg Rehorn (1988)

- Phase 1:

Die Botschaft muß dem Empfänger auffallen: Sie muß von ihm wahrgenommen werden, seine Aufmerksamkeit fesseln.



AMS

- **Phase 2**

Er muß sie verstehen: Die Werbung muss um Ausdruck bringen, was zum Ausdruck gebracht werden soll. Es darf nicht zu Missinterpretationen kommen



AMS

- **Phase 3**

Sie muss etwas bewirken: Der Empfänger soll sich mit der Botschaft auseinandersetzen, er soll sich über ihren Inhalt ein Bild machen, eine Meinung bilden, den angebotenen Nutzen abwägen, Präferenzen bilden, Entscheidungen treffen, handeln, kaufen.



AMS



AMS