



GERRYLAND®

Werbung seit 1985.

Hier ist unsere „Hausaufgabe“, bei der Sie Ihr kreatives Potential beweisen können:

1. Radiospot:

Der führende Schweizer Limonadenhersteller „Limonella“ möchte endlich mit seiner Limonade und einer erfrischend-frechen Funkkampagne auch Deutschland erobern. Das Besondere der Limonade: sie enthält viele gesunde Kräuter und Früchte. Schreiben Sie bitte einen Radiospot mit 25-30 Sekunden Länge, mit dem „Limonella“ bald auch in unserem Lande in aller Munde ist.

2. Anzeigenkampagne und Slogan:

Der weltweit führende Hersteller von Auswuchtgewichten für Autoräder, die Firma Mustermann Super Weight, möchte mit einer kreativen Anzeigenkampagne erreichen, dass künftig das Produkt „Auswuchtgewicht“ gleichbedeutend ist mit dem Namen Mustermann Super Weight. (ähnlich „Tempo“ als Synonym für „Taschentuch“)

Allerdings sollen die Kfz-Werkstätten angesprochen – und über diesen „Umweg“ natürlich letztlich die Endverbraucher (sprich Autofahrer) erreicht werden.

Mustermann Super Weight versteht sich als Premiummarke und beliefert auch viele namhafte Autohersteller. Wer sich also für Auswuchtgewichte von Mustermann Super Weight entscheidet, erhält in der Werkstatt Erstausrüsterqualität – und zwar „Made in Germany“.

Vorteile von Auswuchtgewichten allgemein, natürlich auch der Produkte von Mustermann Super Weight: Mehr Sicherheit im Straßenverkehr, da schon eine leichte Unwucht des Rades zu einem längeren Bremsweg führen kann. Außerdem führen Unwuchten zu schnellerem Verschleiß bei Stoßdämpfern, Reifen oder Achsen und natürlich auch zu geringerem Fahrkomfort.

Mustermann Super Weight unterscheidet sich jedoch von seinen Mitbewerbern durch seinen besonderen Service inkl. Top-Qualität, schneller Verfügbarkeit und guten Schulungsprogrammen für das Kfz-Handwerk. Außerdem unterstreicht Mustermann Super Weight, dass ihre Produkte eine optimal Passform haben, eine starke Haltekraft und besonders langlebig sind.

Skizzieren Sie anhand von 2-3 Anzeigenideen wie eine solche Kampagne aussehen könnte und entwickeln Sie gleichzeitig einen positionierenden Claim für Mustermann Super Weight, der auch ins Englische übersetzt funktionieren muss.



GERRYLAND®

Werbung seit 1985.

3. TV-Spot:

„Gerry's Garden Streicheleinheiten“ sind köstliche Fruchtaufstriche, Dips und Saucen – zubereitet aus besten Zutaten (= Obst, Gemüse, Kräuter und Pflanzenöle) und jetzt ganz neu.

Der Claim lautet: „Bedippen. Bestreichen. Besaucen. Und alles is(s)t gut.“

„Gerry's Garden Streicheleinheiten“ gibt es in 35 verschiedenen Sorten und in drei unterschiedlichen Größen.

Machen Sie in einem ca. 30 Sekunden langen TV-Spot Lust auf „Gerry's Garden Streicheleinheiten“. Auch die Vielfalt der Produkte soll dabei natürlich augenfällig werden.

Erhältlich sind „Gerry's Garden Streicheleinheiten“ im Internet unter www.gerrysgarden.de und in immer mehr ausgewählten Geschäften.

4. Mailing:

Das Möbelhaus Mustermann möchte seine Kunden zu seinen „Italien-Wochen“ einladen, bei denen es nicht nur italienische Wohnideen zu erleben gibt, sondern auch italienische Spezialitäten und italienische Weine. Außerdem soll eine Reise nach Italien verlost werden.

Allerdings scheint dem Möbelhaus Mustermann ein einfaches Din A4-Mailing zu langweilig. Welche Alternative empfehlen Sie ihm und was ist in dem Mailing zu lesen?

5. Kurz & Knackig:

Die Stadtwerke Musterstadt haben die Möglichkeit auf Warentrennstäben in Supermärkten zu werben – Sie wissen, die Stäbe, die man an der Kasse immer hinlegt, damit man nicht auch noch die Sachen von anderen mitbezahlen muss. Die Stadtwerke Musterstadt will in wenigen, aber doch intelligent-pfiffigen Worten auf Ihre günstigen Strom- und Gaspreise hinweisen.

6. Ein schöner AB-Schluss:

Ihr Kollege Dominik hat Ihnen in der Kantine die letzte Portion Pommes frites vor der Nase weggeschnappt. Sie beschließen aus Rache seinen AB neu zu besprechen. Wir freuen uns jetzt schon auf den Text.