

3. Was ist gemeint mit dem „Wortschöpfungsprinzip“ in der Werbung? (5 P)

4. Was ist das „Gilette-Prinzip“? (5 P)

5. Wo im Supermarkt steht das? Warum steht das dort? (8 P)

Wurst und Käse ist
Salat und Gemüse ist
Die Kassen sind
Die Quengelware ist

6. Verbinde die Aussagen mit den Werbetricks! (7 P)

7. Beantworte die Fragen zur „Sinupret-Werbung“! Viel Glück!!

**Bitte keine
Werbung
einwerfen!**

1	2	3	4	5	6
55 - 48	47 - 40	39 - 32	31 - 25	24 10	9

Sinupret® eXtract

- X löst
- X öffnet
- X befreit



4-fach konzentrierter* als Sinupret® forte.

*Eine 4-fache Konzentration ist nicht gleichzusetzen mit der 4-fachen Wirksamkeit.
Die 4-fache Konzentration bezieht sich auf 0,720 mg eingesetzte Pflanzenmischung in Sinupret® extract (entspricht 160 mg Trockenextrakt) im Vergleich zu 156 mg Pflanzenmischung in Sinupret® forte, bzw. auf die schleimlösende bzw. entzündungshemmende Eigenschaft mit bestimmenden Bioflavonoide

Fragen:

1. Wofür wird geworben? (1 P)

2. Welches Bedürfnis wird durch das Produkt befriedigt? (1 P)

3. Ist es eine Dienstleistung oder ein Gut? (1 P)

4. Warum ist die Werbung für das Produkt gerade jetzt im Januar besonders oft zu sehen? (1 P)

5. Welche Bedeutung hat die grüne Farbe? (2 P)

6. Erläutere an der Werbung das KISS-Prinzip! (3 P)

7. Warum steht dort „4-fach konzentrierter als Sinupret forte“? (3 P)