

## Informationen zur Gestaltung einer Werbung

### Das AIDA-Konzept

Eine bekannte psychologische Werbestrategie erfolgt nach dem AIDA-Konzept. Dabei werden die unterschiedlichen Stufen beschrieben, die die Kunden dazu veranlassen soll, ein bestimmtes Produkt zu kaufen oder eine Dienstleistung in Anspruch zu nehmen:

#### **A**ttention

Hier wird die Aufmerksamkeit der Zielgruppe geweckt, auf dieser Stufe werden an die Gefühle (Emotionen) der Zielgruppe angeknüpft

#### **I**nterest

Es wird das Interesse der Zielgruppe geweckt, es wird Neugier erweckt

#### **D**esire

Auf dieser Stufe wird ein bestimmter Wunsch, ein bestimmtes Bedürfnis bei der Zielgruppe hervorgerufen

#### **A**ction

Auf der letzten Stufe wird die Zielgruppe zu einer bestimmten Handlung – z.B. zum Kauf des Produkts – motiviert

## Bildgestaltung

Die Wirkung eines Bildes hängt von seiner Perspektive ab. Man unterscheidet verschiedene Perspektiven, z.B.

- Vogelperspektive
- Normalperspektive
- Froschperspektive

Mit einem Bildbearbeitungsprogramm lassen sich verschiedene Elemente eines Bildes verändern. Die meisten Bildbearbeitungsprogramme beinhalten einige automatische Korrekturen, z.B. der Farbe oder der Belichtung. Darüber hinaus gibt es weitere Möglichkeiten, z.B.

- Drehen und Spiegeln: z. B. um besondere Effekte zu erzielen.
- Farben ändern: z. B. zum Erstellen von Schwarzweiß-Bildern.
- Freistellen: Unbrauchbare Bildabschnitte entfernen, um ein Objekt zu betonen.
- Kolorieren: Bilder oder Bildabschnitte neu einfärben.
- Montieren: Einzelne Bildobjekte auswählen und in ein anderes Bild hineinkopieren.
- Radiergummi: Löschen von Teilen eines Bildes.
- Rückgängig: Arbeitsschritte rückgängig machen.
- Scharfzeichnen: Das Bild schärfer wirken lassen.
- Veränderung der Dateigröße: z.B. Verkleinerung der Datei, um es auf eine Homepage hochladen zu können

## **Bildrechte**

Es gibt unterschiedliche Sichtweisen hinsichtlich der Bildrechte. Hier ist insbesondere zwischen Urheberrecht, Persönlichkeitsrecht und Nutzungsrecht zu unterscheiden:

### **Urheberrecht:**

Jeder, der ein Werk schafft, ist Urheber\*in.

Ich als Fotograf\*in oder Video-Ersteller\*in kann die Erlaubnis geben, dass andere mein Bild oder Video verwenden dürfen (z. B. für einen Zeitungartikel oder auf einer Homepage).

Gegen eine Veränderung meiner Aufnahmen kann ich Einspruch einlegen.

Ich habe das Recht, dass mein Name zu meinem Bild oder Video genannt wird.

### **Persönlichkeitsrecht:**

Wenn ich eine andere Person fotografiere oder aufnehme, muss ich diese um Erlaubnis bitten, ob ich dieses veröffentlichen darf.

### **Nutzungsrecht:**

Wenn jemand mein Foto oder eine Aufnahme von mir verwenden möchte (das Nutzungsrecht haben möchte), muss er mich – den/die Urheber\*in – um Erlaubnis fragen.

Dies gilt auch, wenn jemand mein Bild oder Video verändern oder manipulieren möchte.

## Interviewleitfaden

Für ein Interview mit einem Vertreter des Berufs ist es hilfreich einen Leitfaden zu erstellen. Mögliche Fragen können sein:

- Warum haben Sie sich für den Beruf entschieden?
  - Für welche Fachrichtung oder welches Spezialgebiet haben Sie sich entschieden?
  - Welche Interessen und Kenntnisse sind für Ihren Beruf erforderlich?
  - Welchen Herausforderungen begegnen Sie im Berufsalltag?
  - Wie sieht ein ganz normaler Arbeitstag/Arbeitswoche für Sie aus?
  - Was gefällt Ihnen an Ihrem Beruf und was gefällt Ihnen weniger gut?
  - Welchen Tipp würden Sie jemanden geben, der heute eine Ausbildung in Ihrem Beruf beginnt?
  - Wie schätzen Sie die Zukunftsperspektiven Ihres Berufes ein?
- ...

Wenn Interviews mit einer Person aus dem Berufsumfeld geplant werden, sind spezifische Interviewfragen zu überlegen, z.B.

- Berufsschullehrer: Welche Unterrichtsfächer sind für den Beruf am wichtigsten?
  - Arbeitnehmervertretung: Wo sehen Sie die zukünftige Herausforderung für den Beruf?
  - Ausbilder: Wie verläuft die Ausbildung des Berufes im Betrieb?
- ...