

Vor-Bilder, die wirken

Morphologische Forschung zur
Markenprägung durch TV-Werbung

Vortrag von Dirk Ziems, Geschäftsführer des ifm
auf dem 3. Werbewirkungstag, 5. April 2006

Internet



Print



Mailing



Internet

Welche Bedeutung hat TV-Werbung heute noch?

Im Konsumalltag

In Zeiten von Aldi

Bedeutung von Marken



44 Einzelinterviews



2 Fokusgruppen

In der eigenen Biografie

Vermeidung von Konditionierungseffekten

TV-Werbung wird direkt gelebt !

Bei erfolgreicher TV-Werbung und Markenführung übernehmen die Konsumenten die Verhaltens- und Verwendungsmuster der TV-Spots direkt in ihren Alltag!



TV-Werbung wird direkt gelebt ! Beispiel Ferrero Küsschen



Freundschaftszeichen - zum Anbieten oder Mitbringen

- *„Ich nehme die immer mit zu meiner besten Freundin. Dann sieht das nicht so aus, als wenn ich mich durchschnorren würde“*
- *„Damit kann ich nichts falsch machen, jeder kennt die, wenn ich die mitbringe ist alles in Ordnung.“*

TV-Werbung wird direkt gelebt ! Beispiel Ferrero Küsschen



Küsschen - und direkt gute Stimmung

- *„Wenn wir da so rumhängen und es zaubert einer die Küsschen hervor, dann ist direkt gute Stimmung“*
- *„Nachmittags tue ich was Gutes, stelle einfach eine Schale Küsschen auf den Tisch, und schon versammeln sich alle in Küche.“*

TV-Werbung wird direkt gelebt ! Beispiel Ferrero Küsschen



Küsschendiplomatie - Küsschen als Ermunterung

- *„Wenn wir im Büro Stress haben, gibt einer auch mal eine Runde Küsschen aus.“*
- *„Wenn mein Mann nach Hause kommt und der hatte Stress, dann gebe ich ihm mal ein Küsschen.“*

TV-Werbung wird direkt gelebt ! Beispiel Ferrero ROCHER



**Profane Lust auf Süßes adeln und veredeln
Oft als kleiner Naschhunger verkleidet**

- *„Rocher würde ich niemals so wie Küsschen futtern können, das ist was ganz Besonderes.“*
- *„Das ist mein Dessert, da können es dann auch schon mal 2 oder 3 sein.“*



- *„Da habe ich abends manchmal Heißhunger auf Schokolade, und dann nehme ich mir Rocher, weil das weiß man ja, da soll man nicht so viele von essen, dazu sind die zu schade.“*

TV-Werbung wird direkt gelebt ! Beispiel Ferrero ROCHER



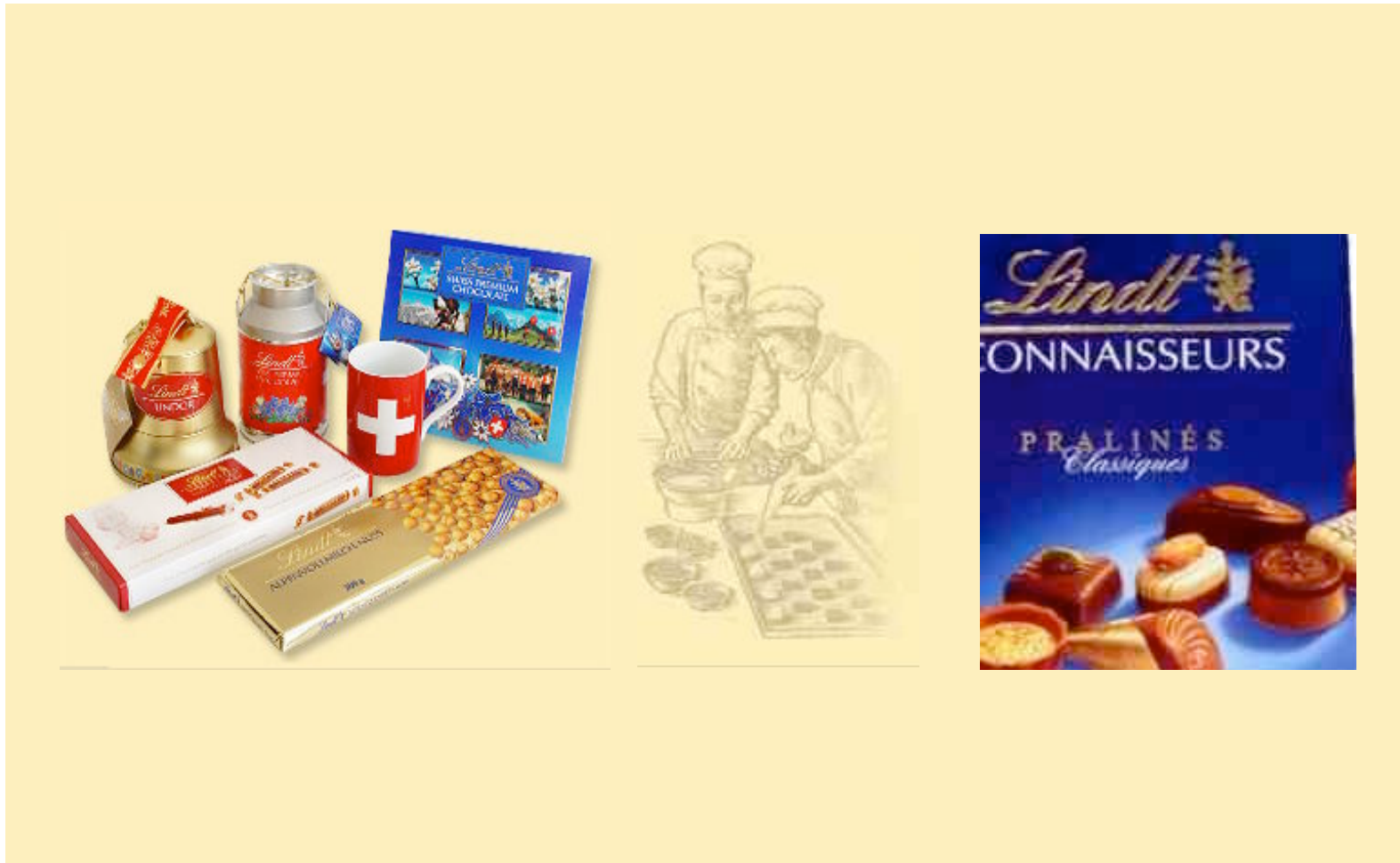
Mit dem Besonderen andere beeindruckend und herumkriegen

Öffnet als „Geheimwaffe“ Türen, betört und erobert Frauenherzen

- *„Damit kann man schon mehr ausrichten als mit Küsschen. Wenn ich die verschenke, dann wissen die Frauen, dass ich von ihnen was will.“*
- *„Der Eindruck bei den Frauen ist besser, die haben da oft Lust drauf, und es glänzt so schön.“*
- *„Wenn ich zu spät von der Arbeit nach Hause komme bringe ich Rocher zur Besänftigung mit.“*
- *„Wenn mein Mann und ich uns einen schönen Abend machen wollen, dann kaufe ich meistens Rocher mit ein.“*
- *„Das bringe ich vor Weihnachten bei den Kunden mit, dann geben mir die Sekretärinnen schon mal schneller Termine“ (Außendienstler).*



TV-Werbung wird direkt gelebt !



Marken-TV-Werbung gibt der Produktverwendung einen Sinn!

Dreh durch die Marken

Diplomatisch besänftigen

Mit dem Besonderen andere beeindrucken und herumkriegen

Hilfe für Beziehungspflege

Zeichen besonderer Wertschätzung



KÜSSCHEN
„Freundschaft“

ROCHER
„Adelung“



Nette Geste erzeugt gute Stimmung

Genussmomente zelebrieren

Soziales Miteinander betonen

Profane Lust auf Süßes adeln

Allgemeine Verwendungsformen

Trost und Aufmunterung

Verwöhnen und Wertschätzen

Anspruch demonstrieren

Süßes reinmampfen

Leere und Lücken füllen

TV-Werbung stößt einen Beeinflussungsprozess von Versprechen und Verpflichtung an

Dreh durch die Marke

VERWENDUNGS-VERPFLICHTUNG

Ausrichtung aufgreifen

Verpflichtende Regeln beachten

z.B. ROCHER Kugeln nicht in sich reinstopfen



VERWANDLUNGS-VERSPRECHEN

Ausrichtung auf ein Ideal

Klare Sinnbestimmung und Sinnausrichtung

Vermittlung von Motivspannungen

Allgemeine Verwendungsformen

Kontinuum vielfältiger Möglichkeiten des Umgangs und der Nutzung von Produkten

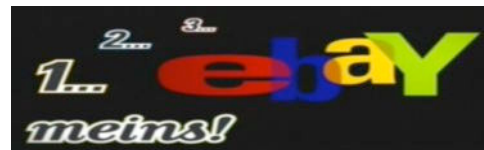
**Die TV-Werbung kündigt die Marke als eigene Macht an, an die man sich bindet.
Die Marke wird zur eigenen Persönlichkeit.**

Dreh durch die Marke

**VERWENDUNGS-
VERPFLICHTUNG**

Neuem Kaufprogramm mit gewissen Unsicherheiten folgen

Sich vom eBay Hype(im Alltag) absorbieren lassen



**VERWANDLUNGS-
VERSPRECHEN**

Kaufen wird zum Triumph

Seinen Alltag mit neuem Thrill aufmischen

Einsteigen in die Bewegung die alle erreicht

***Allgemeine
Verwendungs-
formen***

Neuer Internetflohmarkt mit uneindeutigem Ruf: von vielen bejubelt, aber auch im Ruch des Ramschigen und Unseriösen.

TV-Werbung kann die Marke mit seelischen Grundbildern und Mythen verknüpfen



Banale Schokogier wird in edle Kultiviertheit verwandelt



Besitz der Goldkugel wird zur betörenden Macht



Beispiel: FERRERO ROCHER und der Mythos der Goldkugel

Überblick: Leistungen von TV-Werbung für Marken

TV-Werbung wird direkt gelebt !

Marken-TV-Werbung gibt der Produktverwendung einen Sinn!

**Die TV-Werbung kündigt die Marke als eigene Macht an, an die man sich bindet.
Die Marke wird zur eigenen Persönlichkeit.**

TV-Werbung kann die Marke mit seelischen Grundbildern und Mythen verknüpfen

Warum ist TV-Werbung für Marken besonders wichtig?



„Das eine ist eine Anzeige. Das andere ist wie das Leben.“

Spezifische Stärken von TV-Werbung

Narrativer Charakter:
ganze Handlungen,
komplette Vorbilder

Dramatisierung von
Verwandlungsversprechen
und Markenkompetenz

Differenzierte
Darstellung
von Stilwelten



Spezifische Stärken von TV-Werbung

Eindringliche Vermittlung
des besonderen Sinns
der Marke

Übergang vom Profanen
zum Idealen

Anspielung auf seelische
Grundbilder und Mythen



Herzlichen Dank für Ihre Aufmerksamkeit !

www.ifm-network.de

d.ziems@ifm-network.de

Kontakt

ifm

Wirkungen + Strategien

Hauptsitz der Geschäftsführung

Dirk Ziems
Dr. Christoph B. Melchers
Händelstraße 25-29
50674 Köln
Fon 0221.921362.0
Fax 0221.921362.30

Projektleitung

Dirk Ziems
Jürgen Keil, Dipl.Psych.
Seelsheide 9
51467 Bergisch Gladbach
Fon 02202.999257
j.keil@ifm-network.de

Niederlassung am Stammsitz Freiburg

Rathausstraße 3
79227 Schallstadt-Mengen
Fon 07664.2858
Fax 07664.2879

Gegründet 1986
als IFM FREIBURG

d.ziems@ifm-network.de
c.melchers@ifm-network.de
www.ifm-network.de