

Werbung gestern und heute

Der Mensch verfügt mittlerweile über einen vielfältigen Wortschatz. Er kann Emotionen, Situationen, Wünsche, Ziele konkret formulieren. Die Sprache dient als Werkzeug des Alltages, und erweist sich vor allem im Geschäftsalltag sehr nützlich und dienlich.

Sprache als Werbeinstrument

Menschen haben schon sehr bald ihre sprachliche Fähigkeit für Geschäftszwecke genutzt. So entstand auch die erste Form der Werbung. Waren es früher keine Plakate, Flyer, Prospekte & Co, so riefen sie ihre Angebote den Kunden entgegen, und wurden auf Märkten unter anderem als Marktschreier bekannt.

Werbung im Mittelalter

Seit dem 12. Jahrhundert wurden in China Gerichte und Knabbereien in grossen Mengen in Manufakturen hergestellt und in den Buden oder Läden nur noch aufgewärmt. Im 14. Jahrhundert gab es in Kairo Köche, die draussen auf der Strasse, auf Basars, in grossen Kupferkesseln kochten. Auch im antiken Rom gab es Imbissstände und Garküchen für das gemeine Volk. In China konnte man schon zu Beginn unserer Zeitrechnung auf den Märkten nicht nur Frisches, sondern auch Fertiges kaufen. Je reichhaltiger und abwechslungsreicher die Küche der Wohlhabenden wurde, desto vielfältiger wurden auch die Imbissstände. Manche boten verschiedene Suppen an, andere kochten nur Nudeln, mit Fleisch oder mit Gemüse, wieder andere gefüllte Teigtaschen, heissen Kuchen, in Öl gebacken, salzig oder süss. Einige hatten Sitzplätze, bei anderen ass man im Stehen, und es gab auch mobile Stände, die auf irgendeinem freien Platz aufgeschlagen wurden. Jeder musste seine Angebote anpreisen, sich etwas Besonderes dazu überlegen und letztendlich mit dem grösstmöglichen Gewinn an die Kundschaft bringen.

Werbung in der Gegenwart

Heutzutage schreien und rufen die Unternehmen ihre Zielgruppe nicht mehr auf der Strasse zusammen. Dennoch ist jeder Unternehmer mehr denn je bemüht, sich vom Wettbewerb abzuheben, etwas Einzigartiges anzubieten. Das heutige Mittel, um den besonderen Vorteil an den Kunden zu kommunizieren ist die Werbung mit ihren vielen Facetten. Klassische und moderne Instrumente verschmelzen in einem Kommunikationsmix und erlauben zielgerechte Ansprachen von unterschiedlichen Gruppierungen.

Werbung im Marketingmix

Die dominante Stellung der Werbung im Marketing Mix scheint unbestritten. Oftmals wird dabei vergessen, dass dieser noch aus weiteren Elementen besteht welche für die Gestaltung der Botschaften in der Werbung unerlässlich sind.