

Anzeige

1. Format und Farbe

- a. Genügt das vorgesehene Format für Ihre Information und Darstellungsform?
- b. Umfeldkonkurrenz: Wird die Anzeige genügend Aufmerksamkeit finden?
- c. Wirkt die Anzeige für das Produkt und das Unternehmen überzeugend genug?
- d. Wie stark schwanken die Formate der unmittelbaren und mittelbaren Konkurrenz?
- e. Wie unterschiedlich waren die Konkurrenzformate in den letzten drei Jahren?
- f. Lassen sich zwischen Formaten und Marktanteilen Ihrer Produkte Beziehungen finden?
- g. Wie groß ist nach der Konkurrenzbetrachtung der Spielraum für die Formate?
- h. Wie sehen die Anzeigen der Mitbewerber hinsichtlich zusätzlicher Farben aus?
- i. Kann Format oder Farbigkeit reduziert werden, weil im Vergleich zu den Mitbewerbern
 - i. das Produkt sichtbare Vorzüge aufweist?
 - ii. die Argumentation schlagkräftiger ist?
 - iii. die Gestaltung fesselnder ist?

2. Text und Bilder

- a. Stehen Text- und Bildteil in einem ausgewogenen Verhältnis zueinander?
- b. Erfüllt das Bild eine definierte Funktion?
 - i. Erläuterung des Produkts
 - ii. Assoziationen hervorrufen
 - iii. Erinnerung schaffen
 - iv. Aufmerksamkeit erwecken
 - v. Aktion (Kauf / Probe) initiieren
- c. Ist der Text auf die Funktion des Bildes abgestimmt?
- d. Steht die Headline in einem spannenden Widerspruch zum Bild?
- e. Folgt die Positionierung des Textes dem natürlichen Blickverlauf?

3. Zielgruppe

- a. Wird die Zielgruppe klar und zielgruppengerecht angesprochen?
- b. Ist die Sprache der Zielgruppe und dem Produkt angemessen?