

LOKAL-AUSGABEN »
SPORT

 Fußball
 Überregional
 Regionalsport

NACHRICHTEN

 Mitteldeutschland
 Deutschland
 Aus aller Welt
 Wirtschaft und Börse
 Zeitung von heute

GESELLSCHAFT

 Kultur
 Panorama
 Campus
 mz-web.tv: Aktuell
 Kommentare

FREIZEIT UND RATGEBER

News und Tipps

VERLAGSSERVICE

 Verlag und Redaktion
 Abonnement/Einzelverkauf
 Werbung
 Impressum

VERGLEICHEN UND SPAREN
VERKEHR UND MOBILITÄT
UNTERHALTUNG
WETTER
FREIZEIT

Stadt Naumburg Fahrplanänderungen DB Dienste Abo E-Paper

Schnellsuche

 Immobilienkauf
543

 Automarkt
660

 Stellenmarkt
574

 Familienanzeigen
1769

MZ-Cardplus

 Immobilienmiete
1196

 Reisemarkt
206

 Herzenswünsche
527

 Weitere Anzeigen
317

Anzeige aufgeben

WIRTSCHAFT UND BÖRSE

STARTSEITE > NACHRICHTEN > WIRTSCHAFT UND BÖRSE > ARTIKEL

Medien und Konsum

In der Werbung macht Ostdeutschen keiner was vor
Studie: Kritischerer Umgang mit Informationen als Westdeutsche

von Bernd Kubisch, 07.08.07, 11:34h



Blick auf ein Berliner Werbeplakat eines Autoherstellers, der mit der Aufschrift wirbt: «Wie Knut »Nur stärker«. (Foto: dpa)

deutschen Werbewirtschaft (ZAW) etliches ganz anders als Mackat und sein Team.

Für die Studie, veröffentlicht unter dem Titel «Das deutsch-deutsche Geheimnis», bewerteten je 90 Konsumenten in Hamburg und Leipzig im Detail vier West-Kampagnen für Backofen, Sekt, Kaffee und Handy. Diese Anzeigen orientierten sich eher an einem luxuriösen und für etliche aufgesetzt wirkenden Lebensstil und stießen auf viel Ablehnung, bei den Ost-Konsumenten mehr als im Westen. Dann wurden die Kampagnen verändert, auch auf Lebensgefühle und Werte getrimmt, die in den neuen Ländern besonders ankommen: Vertrautheit, Echtheit, Sicherheit, Realität. Das Ergebnis: Die Leipziger sind durchweg begeistert und auch die Hamburger finden die neue Werbung besser.

Ein Beispiel: Eine schöne Frau mit Galakleid und Cocktailglas in extravaganter Küche mit dem angepriesenen Backofen blickt aus dem Fenster auf eine traumhaft arrangierte Welt wie aus einem Penthouse in einer US-Metropole. Der Ofen scheint Nebensache. Im Osten fällt diese Werbung durch, im Westen ist die Ablehnung weniger heftig. Im neuen Werbeversuch ist ein Hähnchen im Ofen, ein Pärchen flirrt, der Blick nach draußen zeigt Bäume und Rasen. Für die Befragten im Osten ist nun alles praktischer und glaubwürdiger. Die Westdeutschen räumen ein, es sei realistischer und entspannter.

Auf Kopfschütteln stieß im Osten eine Kaffeewerbung der Firma Lavazza, bei der hinter einer aufreizenden Frau mit einer Tasse Kaffee kopfüber ein Kraftprotz hängt, angekettet wie in einer Zirkusschau. In der Neugestaltung genießt ein italienisch wirkender älterer Herr sichtlich seinen Espresso und leckt sich einen Finger. Dazu der Slogan: «"Lavazza" - Italiens beliebtester Kaffee» statt wie vorher «"Lavazza" - espress yourself». Die Reaktion im Osten: Der Mann vermittelt überzeugend Kaffeegenuss. Auch im Westen gab es laut Studie ein «erlöstes Aufatmen».

Mackat, Ko-Chef der Berliner Werbeagentur Fritzsche & Mackat, betont: «Während die "Wessis" gerne denken, "ist ja nur Werbung", ärgern sich die Ostdeutschen viel stärker.» Fazit des 38-Jährigen: «Für die Werbung sind die Ostdeutschen die besseren Testpersonen.»

Dagegen sagt ZAW-Pressesprecher Volker Nickel: «Der Westen nähert sich nicht dem Osten an, sondern entwickelt sich weiter. Und im Osten geht der Trend bei den Jüngeren deutlich Richtung Annäherung an westliche Lebensformen und -werte.» Es gebe nicht nur Unterschiede zwischen Ost und West. «Zwischen einem Bayern und Norddeutschen liegen Welten und gleichzeitig Gemeinsamkeiten. Und das müssen bundesweit werbende Markenartikler auch künftig berücksichtigen», betont Nickel.

Die Untersuchung stützt sich auch auf 75 soziologische, psychologische und Marketing-Studien und -Quellen sowie die Mitarbeit von GfK (Nürnberg), A.C. Nielsen (Frankfurt), tfactory (Hamburg) und Rheingold (Köln).

BOOKMARK SETZEN:


ANZEIGE

IWD Marktforschung

 Intelligente Marktforschung Deutschland,
 Ost- und Westeuropa
 www.iwd-marktforschung.de

Bürokaffee-Service

 Wir versorgen Ihre Kaffeepause!
 Kaffeautomaten, Kaffee, Milch etc.
 www.aramark.de

ZURÜCK

DRUCKFASSUNG

EMPFEHLEN: PER FORMULAR ODER PER MAIL

16:15	Sorten- und Devisenkurse am 7.8.2007
16:14	Keine Warnstreiks bei LTU bis zum Wochenende
16:07	Personenzüge sollen trotz Lokführerstreiks rollen
15:46	Air Berlin schließt erstmals Tarifverträge mit Gewerkschaften
15:45	Weltbörsen und Finanzmärkte auf einen Blick

> Galaxo



Galaxo - die Kinderzeitung

> MZ-Cardplus



Die Vorteilskarte, die Bares bringt. Exklusiv für Abonnenten!

> Telefonbuch



Suchwort + Ort

Suchen

Suchen und finden Sie Telefonnummern in Naumburg und Umgebung

> Kinderbücher



Zwölf DDR-Kinderbücher wurden jetzt neu aufgelegt.

> DEFA-Klassiker



Wiedersehen!

> Fotogalerien

Vom Nachtskaten bis zum Kirschkfest - hier Fotos ansehen und bestellen!

> Wenzel

Die Wenzel-Autoren freuen sich auf Meinungen zu den Texten und Anregungen für neue Beiträge.

> Signet Zeitreise



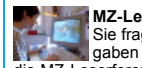
mz-web.tv: Aktuell


mz-web.tv: Aktuell
 Was tut sich gerade auf der Welt? Alle aktuellen Filme in der Übersicht.

WEITERE VIDEOS

Reden Sie mit!

Nützen Rauchverbote - oder nicht?

 Künftig soll das Rauchen in Restaurants, Kindergärten, Schulen und öffentlichen Verkehrsmitteln verboten werden, in Bars, Kneipen und Bierzelten aber weiter erlaubt sein. Nützen solche Verbote?
 » Bisher **350** Stimmen!

MZ-Leserforen und -Chats
 Sie fragten - unsere Experten gaben Auskunft. Hier finden Sie die MZ-Leserforen und sämtliche Chat-Protokolle zum Nachlesen.

Ihre Meinung zu aktuellen Themen