

1 Analyse der Deo-Werbung „Dufte Mädels“

2
3 Die vorliegende Werbung „Dufte Mädels“ der Deo-Marke 8x4 ist eine Zeitschriften-
4 Werbung, die sich vorwiegend an junge Leute richtet. Diese Deo-Marke ist ein Produkt
5 des Herstellers Beiersdorf.
6 Den Blickfang der vorliegenden Werbung bilden zwei ungezwungen wirkende weibliche
7 Teenager. Das rechts positionierte Mädchen schaut fröhlich lachend den Betrachter der
8 Werbung an, das links positionierte Mädchen schaut nach rechts oben aus dem Bild her-
9 aus. Dieses Mädchen hat eine rosa Kaugummiblaste vor dem Mund. Hiermit wird noch-
10 mals die ungezwungene Situation dieser Anzeige hervorgehoben. Die Farben der Wer-
11 bung sind warm und leuchtend. Vorherrschend sind die Farben gelb und orange.
12 Daneben existieren auch noch ein Hellblau- und ein Rot-Ton. Diese Farbkombination un-
13 terstreicht ebenso wie der gesamte Ausdruck die jugendliche Aufmachung.
14 Am rechten unteren Anzeigenrand ist das beworbene Produkt zu sehen. Es ist ebenfalls
15 in den vorherrschenden Farben gehalten. Diese Farben symbolisieren die Duftmarke des
16 Deos – Mango - wieder, die Mangofrucht hat ebenfalls die Farben rot, orange und gelb.
17 Somit stehen diese Farben einerseits für eine frische jugendliche Aufmachung, andererseits
18 für die Mangofrucht.
19 Neben dem Produkt befindet sich in der Anzeige die Headline „Dufte Mädels“. Darunter
20 befindet sich der Fließtext, der wie die Headline in einem orangeroten Farbton gehalten
21 ist. Hier wird auch mit dem Adjektiv „Neu“ verstärkt geworben.
22 Unten links ist mit einer kleinen Formatierung der Schriftzug versehen, in dem der Herstel-
23 ler genannt wird.
24 Mit der Headline „Dufte Mädels“ hat der Werbende eine ähnliche Wirkung versucht zu
25 erzielen wie mit der verwendeten Farbgebung. „Dufte Mädels“ ist ebenso zweifach be-
26 setzt. Zum einen wird mit dieser Headline Bezug auf die beiden Mädchen genommen, sie
27 werden damit als sympathisch dargestellt, die einfach „cool“ sind. Andererseits bezieht sich
28 die Headline mit dieser Aussage auf das Deo und erzeugt damit beim Betrachter oder
29 Leser dieser Werbung eine gewollte Verknüpfung zwischen den beiden Mädchen und
30 dem Deo. Die Botschaft ist: Wer dieses Deo verwendet, ist sympathisch.
31 Diese Aussage wird durch den einleitenden Halbsatz „... kommen überall gut an.“ noch-
32 mals untermauert. Dieses Satzfragment schließt sich auch inhaltlich an die Headline an.
33 Hier wird unterstellt, dass diejenige, die das Deo verwendet, bei der männlichen Jugend
34 großen Anklang findet. Dieses Deo macht sexy, so will es der Werbende dem Betrachter
35 verdeutlichen.
36 Der zweite Gliedsatz „Mit Fresh Mango, dem neuen Duft von 8x4.“ besteht aus zwei Ne-
37 bensätzen. Der erste Nebensatz beinhaltet ein Anglizismen, das wie ein Eigenname ge-
38 schrieben ist. Das englische Adjektiv „fresh“ ist entgegen der englischen Rechtschreibung
39 groß geschrieben worden. Damit wird „Fresh Mango“ als ein Produktname geführt. Durch
40 die Verwendung der englischen Schreibweise soll das Produkt modern wirken. Dieser
41 Eindruck wird auch wie oben bereits erwähnt durch das Adjektiv „neu“ unterstrichen.
42 Der dritte Satz ist ein Gliedsatz, bestehend aus zwei Nebensätzen „Schließlich weiß man
43 nie, wann der Spaß endet“. Er nimmt noch einmal Bezug auf das Produkt 8x4, das ma-
44 thematisch gesehen, die deodorierende Wirkung über einen Tag hinaus ausdehnt.
45 Ein häufig in einer Werbeanzeige zu findender Slogan ist nicht vorhanden.
46 Auf der abgebildeten Deo-Flasche ist mit dem gesteigerten Adjektiv „intensivere“ eine
47 Versprechung gemacht, dass das Deo einen ganzen Tag lang wirkt.
48 Durch die vielfache Verknüpfung von optischer und sprachlicher Wirkung wird ein Ge-
49 samteindruck erzeugt, der sicherlich bei jugendlichen Betrachterinnen seine Wirkung zei-
50 gen wird. Diese Vermutung wird auch durch die vorwiegende Verwendung der femininen
51 Farben unterstrichen. Ungezwungener Auftritt der beiden „Mädels“ assoziieren beim Bet-
52 rachter Spaß, gute Laune und Fröhlichkeit, Partylaune. Somit das, was für viele Jugendl-
53 iche ein wesentlicher Bestandteil ihres Lebensgefühl ist.
54 563 Wörter