



Особенности рекламы в Германии

На данный момент Германия является одной из лидирующих стран по уровню развития рекламной деятельности, а Мюнхен считается вторым городом в мире после Нью-Йорка в области средств связи и рекламы



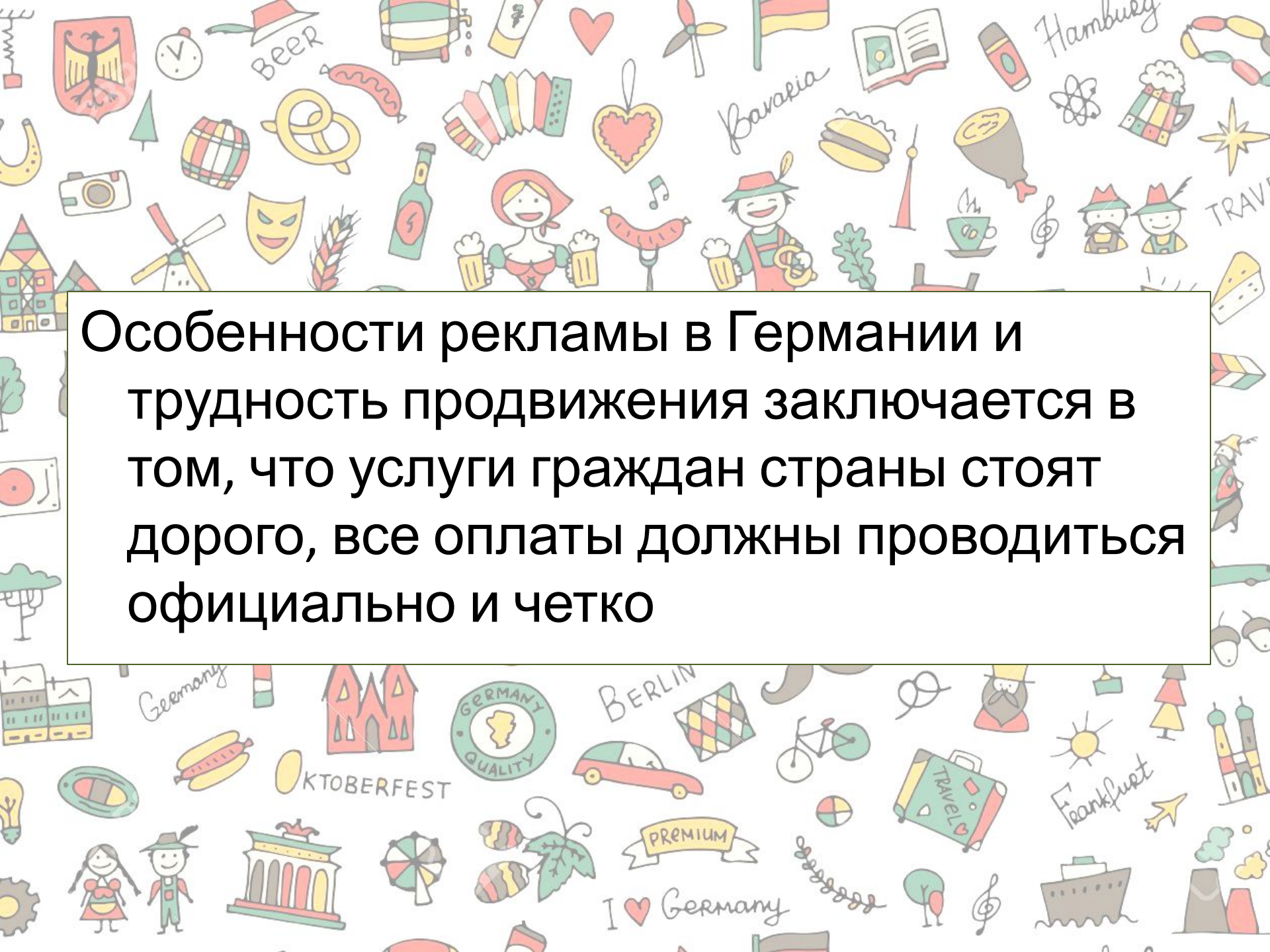
Менталитет

- Продвижение товара в Германии ориентируется на особенности менталитета немцев: пунктуальность, строгость, ответственность. Немцы не любят навязывания, они хотят получить факты, увидеть отличия товара от аналогичного, и лишь после этого, взвесив «за» и «против» совершить выбор.

Рациональность и минимализм

Аргументировать преимущества товара необходимо, опираясь на холодный, расчетливый ум потребителя, а не на его чувства.





Особенности рекламы в Германии и трудность продвижения заключается в том, что услуги граждан страны стоят дорого, все оплаты должны проводиться официально и четко



MACHT DOCH AUCH KEINER.

Hygieneartikel gehören
in den Restmüll.

Kein Müll
ins Klo!



- Немецкая реклама, как правило, содержит аргументы и факты . В рекламных текстах много цифр и технических характеристик. По итогу реклама, созданная для рынка Германии, должна содержать как можно больше достоверных фактов и как можно меньше эмоций. Это должна быть интересная и необычная картинка или видеоролик, содержащая исчерпывающую информацию о продукте и его характеристиках

- Есть свои гласные и негласные правила и в Германии: здесь общественные места, включая городские улицы, считают не самыми подходящими для размещения коммерческой информации, да и на центральных каналах TV строго регламентируют количество рекламы.

Наружная реклама

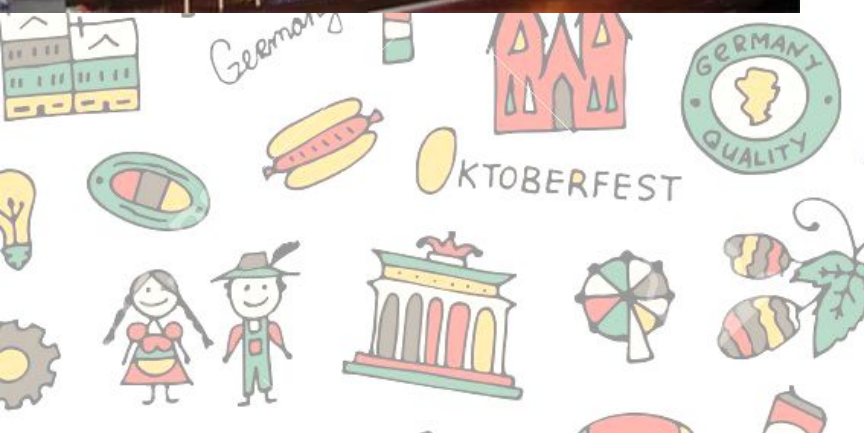
- Широкоформатная реклама в стране не в чести – билбордов мало, размещение на них стоит дорого, время размещения лимитировано 1-2 днями. «Сити-лайтов» и растяжек на улицах практически нет, а самыми популярными носителями графической рекламы являются афишные тумбы, на которых местные предприниматели размещают свои рекламные плакаты, листовки и т.д., т.п.

Полиграфия

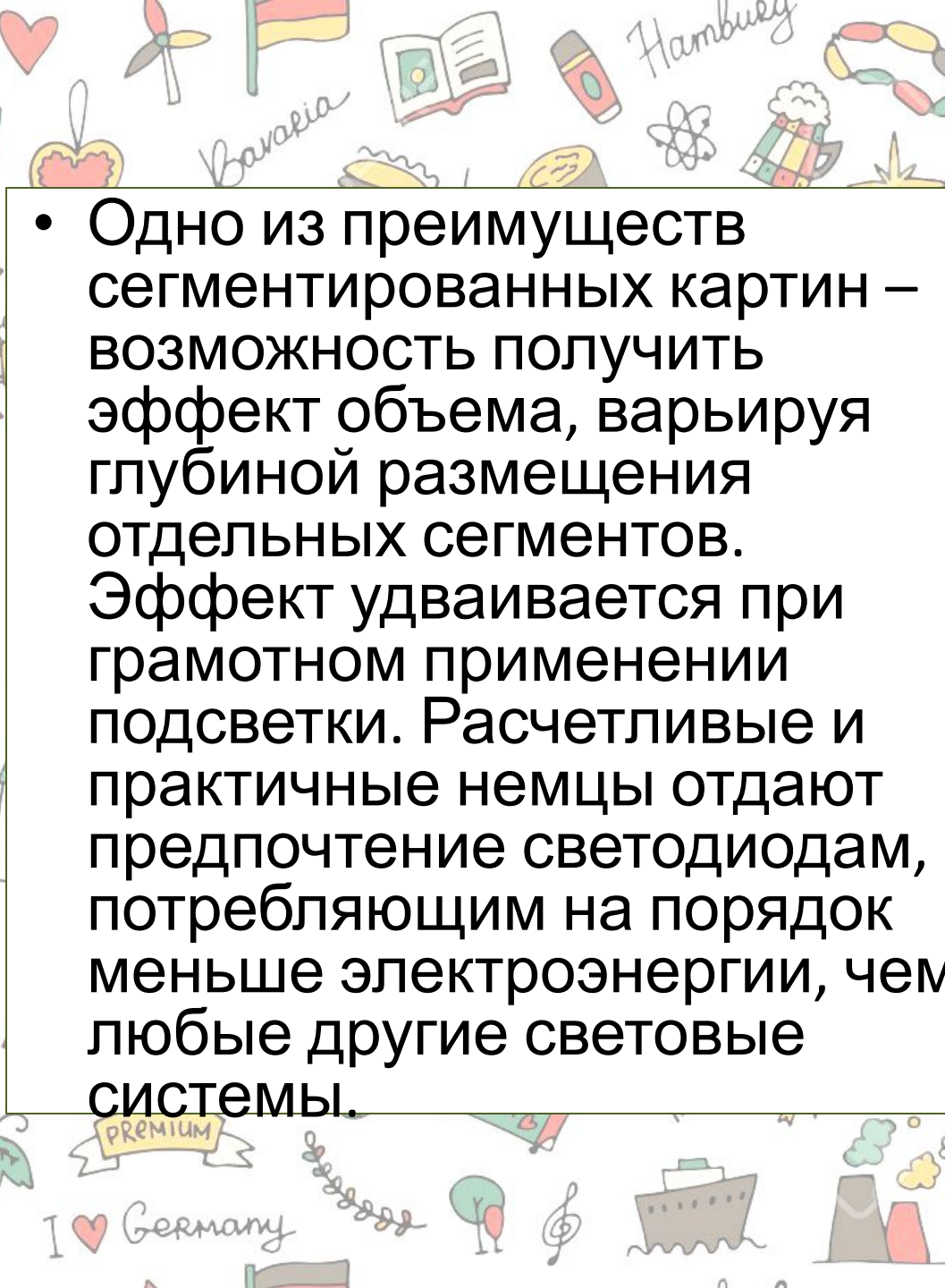
- Массовая реклама в Германии распространяется в основном с помощью полиграфической продукции: буклеты, брошюры, флайеры и листовки разносят по почтовым ящикам, на которых, между тем, нередко можно встретить наклейку типа «не для рекламы»

Витрины

- Еще одно место для приложения сил и фантазии изготовителей наружной рекламы – витрины магазинов, банков, всевозможных мастерских и прочих заведений, предлагающих населению свои товары и услуги.
- Отличительный «почерк» немецких витрин – модульность в декорировании с использованием подвесов: рекламное изображение собирается по принципу коллажа из нескольких разных картинок или, напротив, одна единая картинка разбивается на несколько сегментов, которые крепятся под потолком с помощью практически невидимых тросов.



- Одно из преимуществ сегментированных картин – возможность получить эффект объема, варьируя глубиной размещения отдельных сегментов. Эффект удваивается при грамотном применении подсветки. Расчетливые и практичные немцы отдают предпочтение светодиодам, потребляющим на порядок меньше электроэнергии, чем любые другие световые системы.



ТВ

Телевизионная реклама все еще остается одной из самых востребованных в Германии, однако и ее намного меньше. Это обусловлено тем, что в немецком телевидении есть разделение на публично-правовые (общественные) и коммерческие каналы. Публично-правовые телеканалы не зависят ни от государства, ни от частных предпринимателей, что позволяет минимизировать количество рекламы. Кроме того, цены на телевизионную рекламу достаточно высоки, а в вечернее время они вырастают в несколько раз, так как именно в это время реклама достигает наибольшего охвата.

Runter vom Gas!

autozoo.ru



Bundesministerium
für Verkehr, Bau
und Stadtentwicklung



UK|BG



Управление по туризму Берлина Visit Berlin «засветилось» в скандальной социальной рекламе, которую пришлось снять вскоре после запуска. Реклама была посвящена актуальной теме коронавируса и соблюдению «масочного режима», однако выдержана в провокационном и хамском тоне. А именно – плакат изображал пожилую женщину в маске с цветочным узором, которая показывала туристам неприличный жест с выставленным средним пальцем. Надпись гласила «Пощечина для всех без маски». Официальная цель рекламы – как было озвучено – «предотвращение дальнейшего распространения коронавируса и подчеркивание важности защиты здоровья пожилых людей»



Слоган к рекламе «Похож на дерьмо. Но спасает мне жизнь»
Почему реклама попала в скандал?



- Министерство транспорта Германии обвинили в сексизме на фоне рекламной кампании, направленной на то, чтобы убедить велосипедистов носить шлемы, сообщает The Guardian.
- «Смущающе, глупо и по-сексистски то, что министр транспорта продает свою политику, используя обнаженную кожу», – заявила в интервью Bild am Sonntag представитель партии Мария Нойкл.

www.volkswagen.com



It only takes a few letters.

Please don't text and drive.



Das Auto

Рекомендовано к просмотру

- https://www.youtube.com/watch?v=ZzgPHdB8_gl&ab_channel=StartLingua
- https://www.youtube.com/watch?v=kvkWfV8SDM8&ab_channel=BelaruskaTopit
- https://www.youtube.com/watch?v=mWKvmBbScgc&ab_channel=DeMiYaN
-

Задание

- Найти рекламу(печатная, ТВ, наружная или социальная и т.п.), созданной в Германии и написать эссе на 1-2 листа формата А4 «Почему данная реклама не будет актуальна в России»
- Если вы не согласны, что выбранная вами реклама не будет актуальна, приведите доводы и докажите обратное
- *Если реклама печатная/наружная/социальная – вставить в вашу работу картинку выбранной рекламы*
- *Если видео реклама – приложить действующую ссылку*

Задание присылать в почту вашей группы в папку по данной дисциплине в формате WORD / PDF