

Werbeanalyse

Der Heineken-Werbespot, der auf <http://www.youtube.com/watch?v=djvsj1mPjD0> zu sehen ist, wird im Fernsehen ausgestrahlt.

Zuerst wird Aufmerksamkeit geweckt, denn der Zuschauer fragt sich, was die Hausdame ihren weiblichen Gästen in ihrer Wohnung zeigen wird. Sie kommen schnell zu einer großen begehbaren Garderobe mit vielen Kleidungsstücken und Schuhen. Dies führt dazu, dass die weiblichen Gäste vor Begeisterung kreischen. Diese Begeisterung wird jedoch durch das ebenso begeisterte Lachen der männlichen Gäste unterbrochen. So wird noch einmal die Aufmerksamkeit der Damen und der Zuseher geweckt, denn man möchte wissen, was die Männer in Begeisterung versetzt: Die Männer stehen in einem Kühlraum, der so groß wie die begehbare Garderobe der Hausherrin ist. Allerdings ist dieser Kühlraum mit Heineken - Bier gefüllt. Die Männer hüpfen vor Freude und sehen das Bier sehnsüchtig an. Dies soll dazu führen, dass die Zuseher das Produkt kaufen.

Somit ist klar, dass die Werbestrategie AIDA – attention, interest, desire, action – eingesetzt wird, auch wenn das Interesse an dem Produkt erst am Ende des Werbespots geweckt wird, da die Marke erst zum Schluss gezeigt wird. Jene, welche die Flaschen und das Label nicht gleich erkennen, erfahren erst in den letzten Sekunden, wenn der Slogan „Heineken serving the planet“ zu lesen ist, für welches Produkt geworben wird.

Abgesehen von dem Slogan, wird wenig gesagt. Die Gastgeberin spricht nicht in ganzen Sätzen, mit starkem Akzent und ist teilweise kaum zu verstehen. Dies spielt aber keine Rolle, denn die Bilder sollen für sich sprechen: Männer sind von Heineken so begeistert wie Frauen von Kleidern und Schuhen. Sie können nicht genug davon haben! Somit wird von den Frauen jenes Verständnis, das sie für ihren Einkaufswahn von den Männern erwarten, für deren Bierbedarf zeigen. Es sind wohl diese Bedürfnisse, die im Gedächtnis bleiben sollen. Der Werbespot stellt das Produkt nicht wirklich vor. Man geht davon aus, dass jeder das Bier kennt und die Flasche bzw. das Label erkennt.