

# Kommunikation – Wir verkaufen „Freiheit“!

Unternehmen verkaufen nicht nur sich selbst, sie verkaufen auch immer weniger konkrete Produkte, sondern stattdessen vor allem Gefühle, Träume und Visionen.

- Mehr Freiheit!
- Ideen nach vorne!
- Sicher, auch in unsicheren Zeiten
- Wir stehen an der Seite der Menschen
- Wir wissen, wo es lang geht.
- Leben Sie. Wir kümmern uns um den Rest.
- Bei uns stehen Sie im Mittelpunkt.
- Gegensätze ziehen sich an.
- Leistung. Aus Leidenschaft.
- Auch wir können die Zukunft nicht vorhersehen – sie planen aber schon.
- Schutz, Glück, Zukunft – alles unter einem Dach
- Jeder Mensch hat etwas, das ihn antreibt.
- Für Ihr Leben gut.
- Freuen Sie sich auf Neues im Leben.
- Träume werden wahr.
- Freundlich & fair
- Immer den Überblick behalten!
- Das Leben ist voller Höhen und Tiefen.

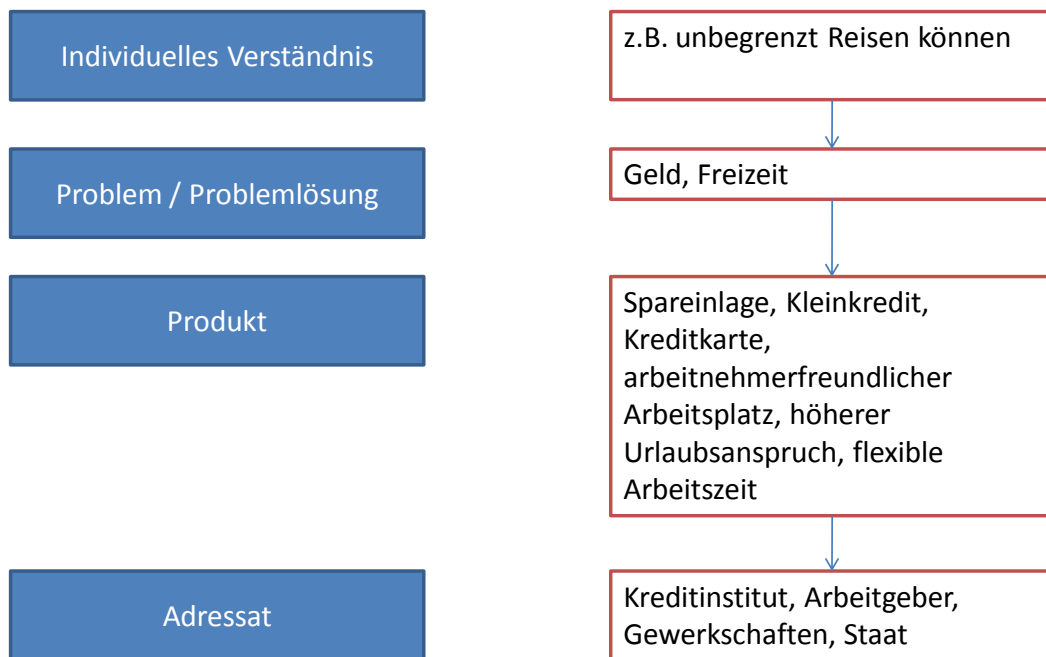
Selbst bankbezogene Werbung ist nur sehr allgemein gehalten.

- Die Bank in Ihrer Nähe
- Leicht zu Geld kommen
- Mehr Zins-Power für Ihr Geld
- So geht Bank heute
- Mit dem Doppel auf Siegeskurs
- Jetzt Bargeld. Hier sind Sie richtig

1. Was bzw. welche Eigenschaften verbinden bzw. assoziieren Sie als Mensch, Bürger, Kunde und Verbraucher mit dem Begriff „Freiheit“?
2. Welche Problemlösungen verbinden Sie mit dem Begriff „Freiheit“?
3. Welche Produkte verbinden Sie mit dem Begriff „Freiheit“?
4. Von welchen Institutionen erwarten Sie „Freiheit“?
  
5. Was bzw. welche Eigenschaften verbinden Sie persönlich mit dem Begriff „Sicherheit“?
6. Welche Problemlösungen verbinden Sie mit diesem Begriff?
7. Welche Produkte verbinden Sie mit diesem Begriff?
8. Welche benötigen Sie dazu?
  
9. Suchen Sie sich einen der folgenden Begriffe aus und beantworten Sie analog dazu die Fragen 5 bis 8: Leben, Zeit, Natur, Zukunft, Erfolg, Schutz, Selbstverwirklichung, Luxus, Schönheit, Wohlstand, Erfolg, Gesundheit, Weite, Nähe, Höhe, Geborgenheit, Perspektive, Glück, Wachstum, Neues, Träume, Antrieb, Leidenschaft
  
10. Welche vier Bankprodukte ermöglichen durch welche Produkteigenschaften „Gesundheit“?

11. Welche vier Versicherungsprodukte ermöglichen durch welche Produkteigenschaften „Gesundheit“?
12. Welche vier Bankprodukte ermöglichen durch welche Produkteigenschaften „Zukunft“?
13. Welche vier Versicherungsprodukte ermöglichen durch welche Produkteigenschaften „Zukunft“?

## Wir verkaufen „Freiheit“!



14. Wofür steht in der Werbung ein Segelboot?
15. Wofür steht in einer Auto-Werbung ein schöner Mann bzw. eine schöne Frau?
16. Wofür stehen in einer Bank-Werbung Kinder?
17. Glauben Sie, dass man „Freiheit“ tatsächlich kaufen und Ihnen ein Unternehmen „Freiheit“ verschaffen kann?
18. Glauben Sie, dass man a) „Gesundheit“ b) „Schönheit“ c) „Nähe“ kaufen kann?
19. Welche Werbung finden Sie derzeit am a) Lustigsten b) glaubwürdigsten?
20. Aus welcher Branche stammen die folgenden Werbe-Slogans?
  - a. Safari in the city
  - b. Ausdruck purer Dynamik
  - c. Eine große Idee für den Sommer
  - d. Feel the difference
  - e. Es gab eine Zeit, da brauchten wir nicht viel Geld, um glücklich zu sein
  - f. Unikat statt Uniform