

# Topkek Werbespotanalyse

Der Werbespot bewirbt die Topkek-Kuchen des türkischen Unternehmens ETi. Die Zielgruppe ist Jugendliche. ETi erreicht die Zielgruppe mit Humor. Leider ist der Werbespot verlorenes Filmmaterial, das 2014 von einer anonymen Person auf YouTube hochgeladen wurde. Daher ist nicht ersichtlich, wo und wann der Werbespot ausgestrahlt wurde.

Zusammengefasst handelt der Werbespot von einer Person, die im Supermarkt keinen Topkek-Kuchen einkaufen kann. Alle Einkäufer haben einen Einkaufswagen voller Topkek-Kuchen. Nur noch eine Packung Topkek-Kuchen ist auf dem höchsten Regal. Der Protagonist hebt ein Kind hoch, damit das Kind den Topkek-Kuchen für ihn holen kann. Jedoch läuft das Kind mit der letzten Packung weg. Der Werbespot ist insgesamt 38 Sekunden lang.

Ich kann den Werbespot auditiv nicht analysieren, weil wir uns die Werbespots nur einmal mit Ton anhören durften. Leider gibt es keine Untertitel, weshalb ich den Dialog nicht analysieren kann. Mir ist nicht bekannt, ob der Werbespot einen Slogan hat oder nicht. Jedenfalls wird kein Slogan visuell dargestellt. Die Einstellungsdauer und Schnittfrequenz kann man von der niedrigen Qualität der Aufnahme nicht beurteilen. Der Werbespot hat mehrere Szenen, die mit hartem Schnitt, aber auch mit Kameraschwenkungen und Zeitraffer verbunden werden. Es wurden auch praktische Effekte wie z. B. Rauchgenerator angewendet, um den gewünschten Effekt zu erzielen. Der Werbespot vermittelt, dass Topkek-Kuchen so gut schmecken, dass sie ausverkauft sind.

Der Werbespot passt sehr gut zum Produkt. Außerdem befolgt die Werbung die AIDA-Formel. Sie generieren Aufmerksamkeit mit der überspitzten Situation. Interesse wird erfolgreich geweckt, weil so viele Einkäufer in dem Werbespot das Produkt einkaufen. Der Drang kommt davon, dass das Produkt als so lecker dargestellt wird, dass alle topkek-Kuchen ausverkauft sind. Natürlich wird als Aktion vermittelt, topkek-Kuchen zu kaufen.

