|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Klasse: | Name: | Datum: |

Slogan

Ein Slogan (dt. [ˈsloːɡn̩], engl. [ˈsləʊɡən]) ist ein einprägsamer Wahlspruch.

Die Bezeichnung stammt aus der schottisch-gälischen Sprache und bezeichnet den Sammelruf der Clans[[1]](#footnote-1) (in Friedenszeiten) und den Sammel- und auch Schlachtruf während des Kampfes (im Krieg).

Slogans werden heute hauptsächlich in der Werbung und in der Politik verwendet. Der Slogan soll in kompakter Form eine Aussage vermitteln und das Publikum, bzw. die Zielgruppe, die man ansprechen will, sofort beeinflussen.

Eigenschaften

Ein wirksamer Slogan soll gewöhnlich mehreren der folgenden **Richtlinien** folgen:

* Betonung der Vorteile von Produkt, Person oder Idee: „Vorsprung durch Technik“
* Formulierung eines Unterschieds zur Konkurrenz: „Freiheit statt Sozialismus“
* Einfache, direkte, prägnante[[2]](#footnote-2) und treffende Aussage: „Atomkraft, nein danke“
* Humor: „Wir können alles. Außer Hochdeutsch“
* Persönliche Ansprache und Herausstellung als Besonderheit: „Nie war er so wertvoll wie heute“
* Glaubwürdigkeit und Anschaulichkeit: „Und läuft und läuft und läuft!“
* Vermittlung positiver Gefühle: „Yes We Can“
* Vermittlung von Wünschen oder einem Bedarf: „Ohne Ö fehlt dir was“

Sprachliche Mittel

Ein wirksamer Slogan verankert sich im Gedächtnis durch

* **klangliche Mittel**, die meist aus der Rhetorik[[3]](#footnote-3) oder der Dichtkunst stammen wie:
* Alliteration (Stabreim): „Bitte ein Bit“; „Mars macht mobil“
* Endreim: „Haribo macht Kinder froh“
* „Dreiklang“, Trias (drei Wörter), der sich besonders gut einprägt: „Menschen, Tiere, Sensationen“; „Fakten, Fakten, Fakten“
* Anapher (Wiederholung eines oder mehrerer Wörter zu Beginn aufeinanderfolgender Sätze): „Always trocken. Always sauber.“
* Rhetorische Frage: „Wohnst du noch, oder lebst du schon?“
* Metaphern (bildhafte Übertragung): „Der Stern auf Ihrem Weg“
* weitere **rhetorische Figuren** wie:
* Neologismen (Wortneuschöpfungen): „Unkaputtbar“
* Wort- oder Sinnspiele: „Nicht immer, aber immer öfter“
* Superlativ (Steigerungsform): „Bigger. Better. Burger King.“
* Ellipse (Auslassung von Redeteilen): „Heute ein König“
* Paradoxon (scheinbarer Widerspruch): „weniger ist mehr“
* Kombination mit **optischen und akustischen Reizen** wie:
* Bilder
* Jingles[[4]](#footnote-4)
* audiovisuelle[[5]](#footnote-5) Sequenzen

(Quelle: aus Wikipedia, der freien Enzyklopädie - <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/deed.de> )

1. Clan = schottischer Stammesverband [↑](#footnote-ref-1)
2. prägnant = etwas in knapper Form, genau und treffend darstellen [↑](#footnote-ref-2)
3. Rhetorik = Lehre von der wirkungsvollen Gestaltung öffentlicher Reden [↑](#footnote-ref-3)
4. Jingle = kurze, einprägsame Melodie oder Tonfolge [↑](#footnote-ref-4)
5. Audiovisuell = zugleich hör- und sichtbar [↑](#footnote-ref-5)