



# Crossmediale und Transmediale Konzeption der Promotion- und Werbekampagne

WERBETEXT CHECKLISTE

## Zielgruppe

Motive, Einstellungen und Consumer Insights?

## Kommunikationsziel der Kampagne?

Bekanntheit, Aufmerksamkeit, Information, Image.

## Story/Leitidee

Wie lautet die Gestaltungsidee? Ist diese einzigartig, ungewöhnlich und welche Erkenntnis zieht der User daraus?

## Zünder

Welche Gestaltungsidee und/oder spielerische Mechanik treiben die Verbreitung an? Welche Impulse für die Verbreitung werden im Verlauf der Kampagne gegeben?

## Partizipation

Wie kann der User agieren und mitgestalten? Welche partizipativen Elemente sind in der Kampagne vorgesehen?

## Fragmentierung und Verlinkung

In welchen On- und Offline Medien agiert die Kampagne, mit welcher Verlinkung und mit welcher medienspezifischen Gestaltung und Story? Wie und wo findet die Auflösung statt? Welches Angebot wird gemacht?

## Emotionen

Welche Geschichten werden in welchen Phasen und Medien erzählt und welche Emotionen werden erzeugt?

## Wirkungsanalyse

Erfolg? Viralität? Widerstände? Bewertung der Kampagne.