

Beispiel Analyse einer Werbung mit religiösem Motiv



„Das 11.Gebot: Du sollst genießen.“

„Aber es gibt doch nur 10 Gebote!“, wird sich so mancher denken, der dieses Inserat zu Gesicht bekommt und stehen bleiben, um sich diesen geschickten Blickfang näher anzusehen. Denn wenngleich es auch Werbung gibt, bei der der religiöse Hintergrund nur unterschwellig zur Geltung kommt, ist das religiöse Motiv dieser Anzeige mehr als offensichtlich:

Die 10 Gebote, die Gott den Menschen durch Moses auf dem Gipfel des Sinai zugesandt hat.

Diese Geschichte aus Exodus, dem zweiten Buch Mose (Kapitel 20, Vers 1-21) sollte durchweg jeder Person christlichen oder jüdischen Glaubens vertraut sein. Allerdings wohl nicht im Bezug auf deutsche Agrarprodukte bzw. „Qualitäts-Rindfleisch mit dem CMA-Prüfsiegel.“, wofür hierbei im Kleingedruckten geworben wird.

Durch diese religiöse Assoziation ist höchstwahrscheinlich beabsichtigt einen hohen Stellenwert dieser Produkte im Bewusstsein der Kunden zu schaffen. In dieser Werbung wird das religiöse Thema demnach positivierend verwendet, da durch die in der Anzeige genutzte Phrase die Verknüpfung nahe liegt, dass Gott den Menschen befiehlt zu genießen. Und was sollen sie laut dem Inserat genießen? Natürlich die Lebensmittel mit dem Prüfsiegel einer deutschen Agrarmarketing-Organisation, der CMA (Centrale Marketing-Gesellschaft der deutschen Agrarwirtschaft mbH).

Die Idee, der Werbemanager, die Anzeige suggerieren zu lassen, dass Gott den Konsum CMA-geprüfter Lebensmittel gebietet, ist gewiss keine dumme. Denn wie schon beschrieben, spricht das Inserat nicht wenige Menschen mit etwas ihnen Bekannten oder auch sogar Heiligen direkt an, wodurch es ihnen im Gedächtnis bleibt. Dennoch werden sich nicht viele an die CMA erinnern, wenn sie mit den 10 Geboten in Kontakt kommen, da die Popularität dieser Geschichte, die der Agrarprodukte bei weitem übersteigt.