

Wir haben Herz.

Die Wäscherei Habsburg in Wien hat schon in den 1930er Jahren Werbung für ihre Dienste gemacht. Es wurden nicht nur Inse-
rate geschaltet, sondern sogar ein Werbefilm mit dem Titel „Wir haben Herz. Ein Film vom Wäschewaschen.“ gedreht, der die
BewohnerInnen Wiens dazu bringen sollte, ihre Wäsche von der Wäscherei Habsburg reinigen zu lassen.

1 Aufgabenstellung: Analyse

Bildet Teams und analysiert die Werbemethode aus dem Film anhand folgender Fragen:

- Wie wurde damals geworben?
- Wie zeitgemäß sind die Werbeversprechungen?
- Gibt es Werbeaussagen bzw. Botschaften, die heute so nicht mehr geäußert werden würden?
Wenn ja, warum nicht?
- Wie würdest du jemanden davon überzeugen, die Wäsche nicht mehr selbst zu waschen?
- Was müsste man dir anbieten bzw. garantieren, damit du deine Wäsche von einer fremden Person waschen lässt?

2 Aufgabenstellung: Vergleich zur Gegenwart

Macht euch in euren Teams auf die Suche nach Werbung moderner Wäschereien und vergleicht die aktuellen Werbun-
gen mit dem Werbefilm der Wäscherei Habsburg.

- Welche Gemeinsamkeiten gibt es bezüglich Darstellung, Text, Assoziationen, die entstehen?
- Wo liegen Unterschiede?
- Bei welcher Werbung kommt die Botschaft besser zu den potentiellen KundInnen?

Tipp: Videos zum Vergleich findet ihr beispielsweise auf <http://www.waschsalons.at>.

