


# Aufgabe 01\_Formatvorlage

Bearbeiten Sie das Dokument **01\_Formatvorlage\_Vorname.docx** wie folgt:

- β Ändern Sie die Formatvorlage *Standard* so, dass sie folgende Eigenschaften besitzt:  
Arial 12 pt, linksbündig, Zeilenabstand einfach.
- χ Für die Überschrift *Report* erstellen Sie eine Absatzformatvorlage mit dem Namen *Hauptüberschrift* und folgenden Einstellungen:  
Courier New 12 pt, fett, Großbuchstaben, erweitert um 3 pt, zentriert.
- δ Die Zeile unter der Hauptüberschrift soll die Formatvorlage *Unterüberschrift* erhalten:  
Kursiv, zentriert, Abstand vor 6 pt.
- ε Die Überschriften der Absätze (*Einleitung*, *Marktanalyse* usw.) sollen die Formatvorlage *Thema1* erhalten:  
Fett, Abstand vor 24 pt.
- φ Erstellen Sie die Formatvorlage *Text*: Blocksatz, Abstand vor 12 pt. Weisen Sie diese Formatvorlage den Absätzen zu, die wie folgt beginnen:  
-Die immer weiter vorangeschrittene Privatisierung...  
-Vor allem in der Werbung müssen...  
-Die momentane Marktsituation...  
-Die innovativen Kommunikationsprozesse...  
-Die wichtigsten Langzeitprojekte...  
-Hauptsächlich gilt es...
- η Um die Überschriften zu den einzelnen Beschreibungsteilen (*Einschaltquoten Rundfunk*, *Einschaltquoten Fernsehen*, *Mehrstufenzyklenplan* usw.) besser hervorzuheben, sollen diese mit der Formatvorlage *Thema2* formatiert werden:  
Unterstrichen, Abstand vor 12 pt, Abstand nach 6 pt.
- ι Die Aufzählungen zu den Themen *Einschaltquoten Rundfunk*, *Einschaltquoten Fernsehen*, *Rundfunk*, *Fernsehen* und *Umsatzzahlen heute* und *Prognostizierte Umsatzzahlen für das kommende Jahr* sollen durch einen Einzug vom restlichen Text abgesetzt werden. Erstellen Sie hierzu die Formatvorlage *Einzug*:  
Einzug links 0,5 cm, Abstand vor 5 pt, Tapstopps bei 8,5 (dezimal) und 9 cm (links).
- φ Weisen Sie nun den Textabschnitten die entsprechenden Formatvorlagen zu (vgl. Abbildungen auf nächster Seite).
- κ Für die Aufzählung zum Themenpunkt *Langzeitprojekte* soll die Formatvorlage *Aufzählung* erzeugt werden: Einzug links: 0.8 cm, hängend 1.5 cm, Abstand vor und nach jeweils 2 pt, Aufzählungszeichen :  
zählungszeichen
- λ Weisen Sie der Aufzählung *Mehrstufenzyklenplan* die Formatvorlage *Text* zu.
- μ Speichern Sie den Text erneut.

**REPORT**

*Marketingplan für Einschaltquoten*

**Einleitung**

Die immer weiter vorangeschrittene Privatisierung von Rundfunk und Fernsehen erzwingt eine Neugestaltung des Marketings. Es werden an die neuartige Marktverteilung angepasste Strategien benötigt, die auch in kommenden Jahren anpassungsfähig bleiben. Das Image des Rundfunk- und Fernsehgerätes muss den Bedürfnissen der neuen Zuhörer- und Zuschauergeneration angepasst werden.

Vor allem in der Werbung müssen neue Wege beschritten werden: Weg von der langweiligen Einheitswerbung! Gezielte Produktanpassung durch dominante Hervorhebung eines wesentlichen Arguments, präsentiert in einem ansprechenden, mitreißenden und einprägsamen Outfit!

**Marktanalyse**

Die momentane Marktsituation wirft folgendes Bild auf:

Einschaltquoten Rundfunk

RLT	8,0 %
BR7	23,0 %
BR1,5	26,3 %
Radiostecker Bayern	13,1 %
Radio NEW WAVE	7,0 %
Radio ALL TOGETHER	3,7 %
Radio Warichari	17,9 %
Sonstige	1,0 %

Einschaltquoten Fernsehen

Deutscher Rindfunk	12,3 %
TV Schwarz-Weiß	2,3 %
LTR	7,9 %
Blatt vorm Mund	7,3 %
Sat 3 geteilt durch 3	11,1 %
ÖRFF	23,5 %
Rahmen naiv	3,3 %
Sport Wiederholung	32,2 %
Sonstige	1,0 %

Ergebnisdatei "Quoten-E" (Seite 1)

**Ziele**

Die innovativen Kommunikationsprozesse zielen nun nicht mehr auf einen Heile-Welt-Schmus hin. Deshalb ist ein Profilierungsansatz im emotionalen Bereich nicht mehr angemessen. Dafür ist realistische, konkrete Information gefragt, angemessen artikuliert und visualisiert.

**Langzeitprojekte**

Die wichtigsten Langzeitprojekte werden darin bestehen, die momentanen Marktanteilverschiebungen zu verfolgen und entsprechend den Veränderungen zu reagieren. Die wesentlichen Punkte werden sein:

- ❖ Entwickeln einer Identifikationsbasis für jede Altersschicht
- ❖ Entwickeln von Identifikationsbasen für große Gesellschaftsgruppen
- ❖ Entwickeln von kompatiblen Interaktionsmöglichkeiten zwischen den einzelnen Identifikationsbasen

**Position**

Hauptsächlich gilt es, immer flexibel zu bleiben. Der Trend weg von Action und Gewalt hin zu hintergründiger Beziehungskomödie soll jedoch unterstützt werden. Ein weiteres Augenmerk wird auf den Zweig der wiederkehrenden Volksmusik fallen, die einen starken Aufwärtssimpuls erfahren hat.

**Marketingprogramm**

Mehrstufigenzyklenplan

Brainstormings auf der Grundlage von Vorbriefings in den Marketingabteilungen unter Leitung des Creative Directors und des Art Directors

Gleichzeitiges Brainstorming von Zielgruppen, von der Straße stammend

Interaktiver Kommunikationsprozess zwischen den beiden Brainstorminggruppen

Umsetzung in Marketing-Pläne

Eröffnung von Werbegroßagenturen

Produzierung von zielorientierten und gruppenselektiven Werbemitteln

Rückkehr zu Punkt 1

(Seite 2)

**Prognostizierte Einschaltquoten für das kommende Jahr**

Rundfunk

BR1,5	26,3 %
Radiostecker Bayern	53,1 %
Radio ALL TOGETHER	3,7 %
Radio Warichari	16,9 %

Fernsehen

Deutscher Rindfunk	11,3 %
TV Schwarz-Weiß	11,3 %
Blatt vorm Mund	7,3 %
Sat 3 geteilt durch 3	11,1 %
ÖRFF	23,5 %
Sport Wiederholung	34,5 %
Sonstige	1,0 %

**Umsatzzahlen heute**

Werbeabteilung	22,3 Milliarden
Kreativabteilung	4,5 Milliarden
Film- und TV-Produktionen	11,4 Milliarden
Rundfunksendungen	7,9 Milliarden

**Prognostizierte Umsatzzahlen für das kommende Jahr**

Werbeabteilung	42,3 Milliarden
Kreativabteilung	11,7 Milliarden
Film- und TV-Produktionen	22,0 Milliarden
Rundfunksendungen	11,3 Milliarden

(Seite 3)