

Aufbau, Bildwelt, Storyboard und Dramaturgie: Der direkte Vergleich der TV-Spots von AMIGA und Telering

Lianen-Streifzug

Amiga 2005



Lianen-Streifzug durch den Dschungel:
Der Dschungelbewohner schwingt sich an einer Liane durch den symbolischen Tarifdschungel

Telering 2006



Lianen-Streifzug durch den Dschungel:
Der Dschungelbewohner schwingt sich an einer Liane durch den symbolischen Tarifdschungel

Das Dickicht

Amiga 2005



Der Weg zum Produkt führt durch das Dickicht:
Der Dschungelbewohner bahnt sich den Weg durch wuchernde Dschungel-Pflanzen

Telering 2006



Der Weg zum Produkt führt durch das Dickicht:
Der Dschungelbewohner bahnt sich den Weg durch wuchernde Dschungel-Pflanzen

Die Entdeckung

Amiga 2005



Dem Weg durchs Dickicht folgt die Entdeckung:
Mitten im Dschungel entdeckt der Dschungelbewohner staunend das beworbene Produkt.

Telering 2006



Dem Weg durchs Dickicht folgt die Entdeckung:
Mitten im Dschungel entdeckt der Dschungelbewohner staunend das beworbene Produkt.

Raus aus dem Dschungel!

Amiga 2005



Raus aus dem Dschungel:
Nach der Produkterklärung: Rasantes Zoom aus dem Dschungel!
Letzte Einstellung: Der Überblick über den Tarifdschungel inklusive Logo!

Telering 2006



Raus aus dem Dschungel:
Nach der Produkterklärung: Rasantes Zoom aus dem Dschungel!
Letzte Einstellung: Der Überblick über den Tarifdschungel inklusive Logo!

Das „Dschungelschild“

Amiga 2005



Kurios: Ein Hinweisschild - mitten im Dschungel!?
Zentrale Produkt-Botschaften werden auf einem Schild mitten im Tarifdschungel präsentiert.

Telering 2006



Kurios: Ein Hinweisschild - mitten im Dschungel!?
Zentrale Produkt-Botschaften werden auf einem Schild mitten im Tarifdschungel präsentiert.

Die Konkurrenz

Amiga 2005



Die Konkurrenz muss zusehen!
Die argwöhnische Konkurrenz muss das Geschehen aus erhöhter Beobachter-Perspektive verfolgen.

Telering 2006



Die Konkurrenz muss zusehen!
Die argwöhnische Konkurrenz muss das Geschehen aus erhöhter Beobachter-Perspektive verfolgen.