

Unter einer Anzeige - auch Annonce oder Inserat - versteht man (zumindest in unserem Zusammenhang eine aufgrund einer Vertragsverpflichtung in Druckschriften (v.a. Zeitungen und Zeitschriften, aber auch Büchern und Broschüren) abgedruckte Bild- und/oder Textinformation. Man unterscheidet formal zwischen offener und geheimer Anzeige (als Kennwort- oder Chiffreanzeige) und inhaltlich zwischen privater, amtlicher und Geschäftsanzeige. Bei letzterer handelt es sich um einen [Werbetext](#), der wegen seiner fast uneingeschränkten formalen und inhaltlichen Gestaltbarkeit, wegen der kurzfristigen Disponierbarkeit, zielgruppenspezifischen Streubarkeit und wegen der relativ geringen Kosten eines der verbreitetsten Werbemittel darstellt. Die Ziele solcher Anzeigen liegen primär in der informierenden (z.B. Produktkenntnis), emotionalen (z.B. Imagegestaltung) und/oder ökonomischen (z.B. Absatzsteigerung) Wirkungsabsicht. Die Aufmerksamkeitswirkung steigt mit der Anzeigengröße, mit der Auffälligkeit (z.B. der farblichen Abhebung vom Hintergrund) und der inneren Geschlossenheit der Anzeige - Auswirkungen der Anzeigenplatzierung (eher oben oder unten, eher rechts oder links) konnten bisher nicht nachgewiesen werden.

Zu den ältesten Anzeigeformen gehören die Bücheranzeigen des 15. Jahrhunderts; bereits im 16. Jahrhundert enthielten die ersten Vorformen der Zeitungen geschäftliche Mitteilungen. Seit dem 19. Jahrhundert sind die Anzeigenerlöse die wichtigsten Einnahmequellen für Zeitungen und Zeitschriften, so wie Anzeigen auf der anderen Seite bis heute die wichtigsten Werbemittel darstellen, mit denen die Werbewirtschaft einen Großteil ihrer Umsätze bestreitet.