

Inhalt

Vorwort zur fünften Auflage	7
Vorwort zur zweiten Auflage	9
Eine Art Regieanweisung	11
1. Warum kein Forschungsüberblick?	15
2. Der Rahmen: Markt, Kommunikation, Werbesprache	18
2.1 Was heißt hier eigentlich Werbung?	18
2.2 Eine werbewissenschaftliche Orientierung für die Sprachwissenschaft	19
2.2.1 Werbeobjekte allgemein	19
2.2.2 Marken und Markenpositionierung	21
2.2.3 Die Planung der Werbekommunikation	24
2.3 Werbung – eine inszenierte Form von Kommunikation	40
2.3.1 Ein Kommunikationsmodell	41
2.3.2 Werbesprache: eine Inszenierung	44
2.3.3 Manipulation oder Information?	46
2.4 Rezeption und Produktion – zwei Perspektiven	50
3. Der Makrokosmos der Werbung: Medien und Formate	53
3.1 Mikrokosmos Anzeige: Bausteine der Werbung	53
3.1.1 Schlagzeile	55
3.1.2 Fließtext	58
3.1.3 Slogan	59
3.1.4 Produktname	63
3.1.5 Besondere Formen von Textelementen	72
3.1.6 Bildelemente	76
3.2 Mikrokosmos Fernsehspot	85
3.3 Mikrokosmos Hörfunkspot	93
3.4 Mikrokosmos Internet-Formate (von Jens Runkehl)	95
3.4.1 Besondere Merkmale der Internetwerbung	95
3.4.2 Formate der Internetwerbung 1.0.	97
3.4.3 Web 2.0 = Werbung 2.0?	103
3.4.4 Wird es Werbung 3.0 geben?	107
3.5 Mesokosmos Kampagne: Mehrmedialität und Textsortenvernetzung	109
4. Sprachwissenschaftliche Forschungsfelder	113
4.1 Eine methodenkritische Vorwarnung	113

4.2 Die pragmatische Perspektive: Absicht – Inhalt – Form	115
4.2.1 Textfunktion, Texthandlung und Textsorte	116
4.2.2 Persuasive Funktionen von Sprache	129
4.2.3 Argumentation	131
4.3 Die sprachliche Form: Vom Wort zum Text	147
4.3.1 Lexik	147
a) Wortarten und Wortbildung	150
b) Fremdsprachiges	156
c) Hochwertwörter – Schlüsselwörter – Plastikwörter	169
4.3.2 Phraseologie	174
4.3.3 Syntax	181
4.3.4 Textgrammatik	185
4.4 Besondere Werbestrategien	191
X 4.4.1 Rhetorik in der Werbung	191
a) Rhetorischer Textaufbau	192
b) Rhetorische Figuren	195
c) Sprachspiele	202
X 4.4.2 Inszenierung von Varietäten	214
a) Fachsprache	216
b) Jugendsprache	223
c) Dialekt	228
X 4.4.3 Intertextualität	232
4.5 Paraverbales und Nonverbales	241
4.5.1 Interpunktion	242
4.5.2 Typografie	248
4.5.3 Text und Bild	251
4.6 Eine Art Fazit: „Der“ Stil der Werbung?	258
5. Methodische Tipps	261
5.1 Vorschlag für ein Analysemodell	261
5.2 Aufbau eines Korpus – ein paar Anmerkungen	269
6. Der Blick über den Tellerrand	273
6.1 Diachronie – ein Interpretationsproblem	273
6.2 Diskursanalyse – Werbung als gesellschaftlicher Teildiskurs	279
6.3 Interkulturalität – die kontrastive Perspektive	284
6.4 Werbung und Werbesprache in der Kritik	292
Lösungsvorschläge zu den Aufgaben auf www.narr-studienbuecher.de 	
Verzeichnis der Abbildungen, Schaubilder und Tabellen	298
Literaturverzeichnis	299
Register	319

Register

- Abbinder 59, 73
Ablenkungsfunktion 130
Absatzwerbung 20
Add(ition) 72
Ad-hoc-Bildung 153, 280
Adjektiv 151
Adressierungsform 63, 125, 225
Adressierungsstrategie 27f., 43f., 125, 226
Adverb 151
AdWords 104
AIDA-Formel 36f., 130
Akt, illokutionärer 116
Akt, perlokutionärer 116
Akt, propositionaler 116
Akzeptanzfunktion 130
Alliteration 57, 130, 187, 191, 196, 205
Ambiguität 57, 210f.
Analogie 137
Analogie, visuelle 81, 253f.
Anapher 196, 206
Anastrophe 195
Anführungszeichen 164, 233, 237, 246
Anglizismen 16, 156ff., 225, 292
Anspielung 209f., 213, 232ff.
Antithese 57, 197, 209
Antonomasie 198
Antonymie 209, 212
Apostroph 247
Apostrophe 197
Appellativ 63ff.
Appellfunktion 65
Architextualität 111
argumentatio 193, 202
Argumentation 23, 28ff., 48, 72, 115, 123ff., 131ff., 169f., 191ff., 216ff., 226, 230, 239, 252f., 259, 268, 275ff., 279ff., 284, 287ff., 295
Argumentation, visuelle 253
Assoziation 147f., 158, 165, 170ff., 204, 207, 218, 224, 257, 261ff., 285
Assoziation, visuelle 253
Asyndeton 197
Attraktivitätsfunktion 130, 213, 259
Ausdrucksfunktion 64
Ausruf(esatz) 182f., 197
Ausrufezeichen 245
Äußerungsakt 116
Authentizität 89, 164, 228
author 42, 230
autobiography 42, 91, 94
Autoreflexivität 238
Autorität 124, 137ff., 142, 145ff., 152, 217, 246
Autoritätsargumentation 130, 137ff., 218, 220
Banner(werbung) 95ff., 111, 251, 271
Banner-Blindness 100
Bedeutungsanalogie 254
Bedeutungsgegensatz 254
Beispiellargumentation 133f.
Bezugsausdruck 186
Bild-Bild-Konstellation 255
Bildbruch 238
Bildlegende 255
Bildmarke 21
Bildsynthese 255
Bildtext 61, 73
Blickfänger 77
Blog 105
Briefing 51
Buchstabenmarke 21
Button 98f.
Chiasmus 196, 206
Comicmuster 254
consumer 43
country-of-origin-Prinzip 22, 141, 230f., 287
Coupon 73
Dachmarke 21
Darstellungsfunktion 64
Dauerwerbesendung 90
Defensivzeichen 64
Deixis 187
Denotat 147
Deonymisierung 63
Deranger 73
Derivation 152
Determination, visuelle 253
Dialekt 29, 40, 45f., 86, 94, 169, 178, 215, 228ff., 271
Dialogizität 238
Diaphora 196
Dichte, semantische 148
Dienstleistung 20f.
DIMEAN 280
Direktmarketing 22, 25, 30, 110
Direktwerbung 100, 127, 235
Diskurs 107, 221, 280ff.

- Diskursanalyse 279 ff.
 Diskursrahmen 111
 dispositio 192
 Distributionspolitik 22
 Doppelpunkt 243
 drama 42, 91, 94

 E-Commerce 104
 Ego-hic-nunc-Origo 187
 Eigenname 63 ff., 198
 Einführungswerbung 25, 27, 31
 Einklinker 73
 Einordnungsschluss 136
 Einzelmarke 21
 Einzeltextreferenz 233 ff.
 Ellipse 105, 182 f., 197
 elocutio 192 f.
 E-Mail 95 ff., 100
 Endreim 196
 Enthymemargumentation 133 ff.
 Entkonkretisierung 198
 Entlehnung 156 ff.
 Epipher 196, 206
 Erhaltungswerbung 25, 31
 Erinnerungsfunktion 130, 285
 Erinnerungswerbung 25, 31
 Ethno-Marketing 289
 Ethnostereotype 288
 Euphemismus 198
 exordium 192 f., 202
 Expansionswerbung 25

 Fachsprache 40 f., 45 f., 50, 151, 169, 192, 215, 216 ff.
 Fachsprache der Werbung 55, 58 f.
 Fachwort 217 f.
 Fehler 203
 Festigkeit 174
 Figurenrede 254
 Firmenname 63, 160
 Focus-Visual 77
 Frage, rhetorische 197
 Fragezeichen 245
 Frame 280, 284
 Fremdwort 156 ff.
 Funktiolekt 215
 Funktionsverbgefüge 151, 178

 Gattungsreferenz 94, 111, 209, 235
 Gebrauchsgut 188
 Gedächtnisbild 76
 Gedankenstrich 244
 Gegenpropaganda 139
 Gegensatzschluss 136
 Geminatio 196
 Geräusch 88 f., 93 ff., 125, 213, 242, 262, 271

 Geschlechterstereotyp 295
 Glaubwürdigkeit 43, 48, 59, 72, 77, 89, 91, 138 f., 188, 219, 228, 252
 Google AdWord 104
 Gradation, visuelle 253

 Handlungsbeschreibung 42
 Handlungsinszenierung 42 f.
 Hauptspot 90, 111
 High-Involvement 29 f.
 Hochwertwort 169 ff.
 Homepage 31, 40, 65, 67, 103, 109
 Homoiophonie 205
 Homophonie 205
 Hybridbildung 157
 Hyperbel 198
 Hypertextualität 96, 109, 111
 Hypostasierung 198

 Ich-Erzählung 42
 Identifikationsfunktion 60, 65
 Identifizierungsfunktion 64
 Idiomatizität 174, 176
 Ikon 78 ff., 256, 265 f.
 Illokution 116 f., 182 f.
 Imagebildung 25, 164
 Imagefunktion 65, 89
 Imagery-Strategie 76
 Imagewerbung 25, 27, 120, 122 f., 161
 Index 78 f.
 Indexfunktion 250
 Infografisches 255
 Infomercial 90
 Instrumentalrelation, visuelle 253
 Interaktion 97
 Interaktionsrahmen 111
 Interaktionsrolle 280
 Interaktionstyp 215
 Interaktivität 96 f., 109
 Internet 28, 31, 95 ff.
 Internetadresse 65, 67, 72, 103, 109
 Interpunktion 185, 207, 242 ff.
 Interstitial 98
 Intertextualität 110, 113, 177, 209, 232 ff., 250, 280
 Ironie 198
 Isotopie 187 ff.

 Jingle 87, 88
 Jugendsprache 29, 40, 45 f., 50, 169, 215, 223 ff.

 Kausalrelation, visuelle 253
 Kausalschluss 136
 Klammer 247
 Klassen 187

- Klimax 171, 197
 Kode 76f., 85ff., 93f., 233ff., 261ff., 266, 268, 285
 Kode, ikonischer 285
 Kode, semiotischer 77f., 266
 Kode, visueller 233ff., 261ff., 266
 Kohärenz 185f.
 Kohäsion 185
 Kollokation 174, 209
 Komma 244
 Kommunikation, Integrierte 23f.
 Kommunikation, interkulturelle 284, 286
 Kommunikationsbedingung 40
 Kommunikationskreis, primärer 42f., 50, 87, 91f., 94, 226
 Kommunikationskreis, sekundärer 42f., 50, 87, 91f., 94, 226
 Kommunikationsmodell 41ff., 261f.
 Kommunikationspolitik 22f., 51
 Kommunikationssituation 25, 46, 113, 117, 148, 186, 215, 217f., 268, 293
 Kommunikationsstrategie 29
 Kommunikativität 237
 Komparation 205f.
 Komposition 152
 Konklusion 133ff.
 Konnektor 187f.
 Konnexion 187
 Konnexion, visuelle 253
 Konnotat(ion) 147, 154, 171, 218
 Kontextkombination 210f.
 Kontextspiel 209
 Kontiguität 148, 187f.
 Kontrahierungspolitik 22
 Konzeptassoziation, metonymische 253
 Konzeptform 67f.
 Koreferenz 186ff.
 Kotext 211, 253, 263
 Kulturstereotyp 290
 Kunstwort 67f.
 Kurztext 29, 56, 59

 Langtext 59
 Lasswell-Formel 41
 Laufbandwerbung 90
 Lebensstil 31, 137, 162, 259f., 289
 Lehn schöpfung 157
 Lehnübersetzung 157
 Lehnübertragung 157
 Lehnwort 156
 Lekt 215
 Lexikalisierung 153
 Literalisierung 254
 Litotes 198
 Longcopy 59
 Low-Involvement 29

 Marke 21ff., 28f., 43f., 59f., 63ff., 76, 109, 123, 160, 254, 259f.
 Markenarchitektur, komplexe 21
 Markenführung 20ff., 27, 40
 Markengesetz 63f., 155
 Markenimage 22, 25, 40, 232, 248, 282, 284, 287
 Markenname 60, 62, 63ff., 72, 109, 207, 255, 277
 Markenpositionierung 21ff., 44
 Marketing, virales 106
 Marketinginstrument 22f.
 Marketing-Mix 22, 31
 Marktforschung 27f.
 Massenkommunikation 103, 273
 Media-Mix 31, 44, 93, 103, 112, 189
 Mediawerbung 30
 Mehrdeutigkeit 57, 179, 192, 202, 211ff.
 Mehrfachadressierung 28f., 226f.
 Mehrmedialität 109ff.
 Meinungsführer 27, 33, 41
 Metapher 197
 Metapher, visuelle 81
 Metaphorisierung 254
 Metatextualität 110
 Metonymie 198
 Modellbildung 177
 Modifikation 174, 176ff., 233f.
 Morphem 67, 152, 154, 156, 158, 197, 206, 209, 211
 Multikodalität 85, 93, 109
 Multimedialität 96, 109
 Multimodalität 85f., 93, 109
 Mündlichkeit, konzeptionelle 98, 105, 107, 109, 215, 225
 Musik 88f., 93ff., 124f., 198, 213, 235, 242, 262, 271, 288
 Musterbrechung 233, 235
 Mustermetamorphose 233, 235
 Mustermischung 233, 235
 Mustermontage 233, 235

 narratio 192f., 202
 narrative 42, 91, 94
 Negativität, inszenierte 140
 Neologismus 153
 Newsletter 100
 Nominalisierung 151, 178
 Nominalstil 150f.
 Nonverbales/nonverbal 226, 241ff., 262, 263f.
 Normabweichung, visuelle 253

 Off-Sequenz 86
 Okkasionalismus 153, 246
 Ökonomasie 63

- Onomatopöie 205
 On-Sequenz 87
 opinion leader 41
 Organon-Modell 64
 Oxyoron 197
- Packshot 89
 Parallelismus 187, 195, 206
 Paratextualität 110
 Paraverbales/paraverbal 85, 226, 241 ff.
 Paronomasie 196
 Partikel 152
 Perlokution 118
 peroratio 193, 202
 persona 42 f., 137, 143, 193, 226, 229 f., 232, 242, 245
 Personifikation 198
 Personifizierung 150, 152, 171, 209, 212
 Persuasion 123, 129 ff., 195, 281, 284, 293
 Phänotext 232 ff.
 Phraseologismus 174 ff., 206 f.
 Phraseologismusabwandlung 204, 212
 Plastikwort 169 ff.
 Polysyndeton 196
 Pop-Up 98
 Pop-Up-Blocker 100
 Primärsender 42 f., 50, 230, 262
 Primärtext 73, 87
 Product Placement 90
 Produktpolitik 22 f.
 Produzent 50 ff., 79, 117, 132, 193, 203 f., 237 f., 259, 263, 272
 Propaganda 19 f.
 Proposition 116, 280
 Prototyp 119 ff.
 Pseudofachsprache 192, 210, 218 ff.
 Public Relations 20, 22, 25, 30, 102 f., 106
 Pull-Werbung 95
 Punkt 242 f.
 Push-Werbung 95
- Referentialität 237
 Referenzidentität 186 ff.
 Referenzspiel 209 ff.
 Referenztext 110, 232 ff.
 Referenztextsorte 235
 Register 259
 Reminder 90, 111
 Remotivation 207, 212, 254
 Repetition, visuelle 253
 Routineformel 174, 177
- Satzbau 86, 114, 129, 181 ff., 233, 276, 292
 Scheinentlehnung 157
 Schlüsselbild 76
 Schlüsselwort 169 ff.
- Schlussregel 133 ff.
 Schriftart 248
 Schriftlichkeit, konzeptionelle 98, 215
 Schriftlichkeit, tertiäre 102, 109
 Schutzhindernis 64
 Script 256, 280
 Sekundärsender 42 f., 50, 229 f., 245 f., 262
 Sekundärtext 73 f., 75, 87, 262
 Selektivität 237
 Semiotik 78 f.
 Sender/sender 41 ff., 50, 64 f., 70, 78, 132, 141 ff., 153, 186, 266
 Shortcopy 59
 Signalfunktion 64
 Social Commerce 103
 Soziolinguistik 44, 214
 Spam 95, 100
 sponsor 42
 Sponsoring 110
 Sponsor-Nennung 90
 Sprachkritik 292 f.
 Sprachspiel 202 ff.
 Sprechakt 116 f.
 Sprechakt, indirekter 117, 125, 182, 224
 Sprichwort 177
 Stabilisierungswerbung 25
 Stereotyp 282, 294
 Stereotypisierung 281, 293
 Stil 23, 27 f., 33, 113, 129, 185, 193, 258 ff., 275 ff.
 Stilmittel 57, 88, 129 f., 165, 199, 263
 Stilregister 258, 260
 Stilwirkung 129, 259
 Streckform 151, 177 f.
 Strukturalität 237
 Struktur-Rekurrenz 187
 Subheadline 55
 Substantiv 150 f.
 Substitution, lexikalische 206, 233
 Supertext 263, 265 f., 268
 Syllogismus 133
 Symbol 78, 79
 Symbolisierung 254
 Symbolisierung, visuelle 253
 Sympleke 196
 Symptom 78
 Synästhesie 198
 Synekdoche 198
 Synekdoche, visuelle 253
- Tabu 198, 276, 282
 Teaser 90, 111
 Teilhandlung 122 ff., 276
 Tertiärtext 75, 87, 262, 266
 Testimonial(werbung) 42 f., 90 f., 138 f., 152, 254

- Text, primärer 73, 87
Text, sekundärer 73 f., 75, 87, 262
Text, tertiärer 75, 87
Textdesign 16, 35, 85, 93, 95, 109, 241, 254
Textfunktion 109, 116 ff.
Texthandlung 120 ff., 268
Textmuster Mischung 209, 212
Textproduzent 193, 203, 238, 259
Textsorte 23, 101 f., 107 ff., 111, 116 ff., 183, 209, 212, 232, 234 f., 239, 250 f., 259, 268, 275, 280, 286
Textsortenintertextualität 111
Textsortenstil 113
Textsortenvernetzung 24, 102, 109 ff., 279
Texttypologie 118
Topik 134 ff.
Topline 55
Topos/Topoi 136 ff.
Transkription 86, 93, 231, 271
Transtextualität 110
Tropen 197
Twitter 95, 104, 106
Typografie 57, 129, 207, 226, 237, 242, 248 ff., 262, 266

unique selling proposition (USP) 56, 59, 193
Unternehmenskommunikation 24, 284
Unternehmensmarke 21
Unverträglichkeit, semantische 212

Varietät 29, 44 ff., 50, 114, 169, 214 ff., 259 f., 281, 295
Verb 150 ff.
Verbrauchsgüter 20
Verdichtung, semantische 212
Verfremdung 68, 207
Vergleichsschluss 136
Verkaufsförderung 30, 295
Versalien 249
Verschleierungsfunktion 130, 295
Verständlichkeit 37, 163 f., 217
Verständlichkeitsfunktion 130
Vertextungsmittel 186
Vertextungsstrategie 188
Verweisausdruck 186
Visiotyp 255
Vorspann 59

Web 2.0 103
Weblog 104 f.

Website 95 ff., 111
Werbeagentur 23, 42 f., 51, 59, 72, 272, 289
Werbe-geschichte 273
Werbekonzeption 51, 70
Werbeli-ed 88
Werbemittel 30 f., 44
Werbeplanung 21, 43, 110
Werbeträger 30 ff., 44
Werbewirkung 16, 36, 50, 52, 129, 188, 213, 268
Werbeziel 18, 25, 39, 43, 67, 110, 112, 115, 134, 266, 268, 285
Werbung, strategische 31
Werbung, taktische 31, 123
Werbung, vergleichende 111, 123, 142, 296
Werte 28, 62, 123 f., 132, 143 ff., 152, 159, 161 f., 169, 276, 281, 286, 289, 293 ff.
Wertewandel 159, 296
Wiederaufnahme, explizite 186 f.
Wiederaufnahme, implizite 186 f.
Wirtschaftswerbung 19 f., 286
Wissenschaftlichkeit 170, 218, 220
World Wide Web 95 f.
Wort, geflügeltes 61, 174, 177, 238
Wortart 150 f.
Wortbildung 152 ff., 206
Wortkreuzung 67, 206
Wortmarke 21
Wortspiel 57, 129, 162, 205 ff., 249, 265, 275

YouTube 11, 93, 104 f.

Zeichen, deiktisches 79
Zeichen, ikonisches 79, 81
Zeichen, indexikalisches 78
Zeichen, konventionalisiertes 79, 81
Zeichenmetamorphose 81
Zeichenspiel, typopiktoriales 249
Zeugma 197
Zielgruppe 27 ff., 33, 39, 41, 44 f., 70, 85, 107, 113, 189, 220, 223 f., 226 f., 259, 266, 277, 281, 285
Zitat 233
Zusatzhandlung 122 ff.
Zusatznutzen 56 ff., 62, 110, 169, 230, 276, 288
Zwillingsformel 177
Zwischenüberschrift 59