

	VORWORT .....	VII
	EINLEITUNG .....	1
1	GRUNDLAGEN DES MARKETINGS .....	3
1.1	Die Kommunikationspolitik im Rahmen des Marketings .....	3
1.2	Zur Charakterisierung der Werbung .....	5
1.2.1	Definition .....	5
1.2.2	Rahmenbedingungen der Werbung .....	6
1.2.3	Ziele und Zielgruppen der Werbung .....	8
1.2.3.1	Werbeziele .....	8
1.2.3.2	Die Involviertheit der Werbeadressaten .....	10
1.2.3.3	Zielgruppen der Werbung .....	13
1.2.4	Zu Werbewirkungsprozessen .....	14
1.2.4.1	Aufmerksamkeit und Wahrnehmung .....	14
1.2.4.2	Informationsverarbeitung und Wissen .....	17
1.2.4.3	Lernen und Gedächtnis .....	20
1.2.4.4	Verschiedene Beeinflussungsmodalitäten: Text und Bild .....	22
2	WERBESPRACHE – INSZENIERT.INTENDIERT.INNOVATIV. ....	26
2.1	Die werbliche Kommunikationssituation .....	26
2.2	Zum Aufbau von Werbeanzeigen .....	29
2.3	Charakteristische Merkmale von Werbesprache .....	34
2.3.1	Allgemeines .....	34
2.3.2	Rhetorische Figuren .....	38
2.3.2.1	Tropen .....	38
2.3.2.2	Syntaktische Figuren .....	40
3	THEORETISCHE GRUNDLAGEN: WORTBILDUNG .....	47
3.1	Allgemeines .....	47
3.2	Zur Beschreibung neuer Wortbildungen .....	53
3.2.1	Wortbildungsregeln .....	56
3.2.2	Zum Substantiv .....	57
3.2.2.1	Komposition .....	57

3.2.2.1.1	Substantiv als Erstglied .....	59
3.2.2.1.2	Adjektiv als Erstglied .....	61
3.2.2.1.3	Verb als Erstglied .....	62
3.2.2.1.4	Wortgruppe als Erstglied .....	63
3.2.2.2	Präfigierung und Suffigierung beim Substantiv .....	64
3.2.2.2.1	Modifikation .....	64
3.2.2.2.2	Transposition .....	65
3.2.3	Zum Adjektiv .....	65
3.3	Merkmale von Wortneubildungen der Werbesprache .....	67
3.4	Motive für die Bildung und Verwendung okkasioneller Wörter .....	69
4	<b>PRAKTISCHER TEIL</b> .....	72
4.1	Korpus .....	72
4.2	Werbestrategische Aspekte von Wortneubildungen .....	73
4.3	Die Typen .....	75
4.3.1	Typ 1: Verkürzung .....	76
4.3.1.1	Allgemeines .....	76
4.3.1.2	Zur Funktion innerhalb der verschiedenen Anzeigenelemente .....	84
4.3.1.2.1	Schlagzeile .....	84
4.3.1.2.2	Fließtext .....	87
4.3.1.2.3	Slogan .....	88
4.3.1.3	Zusammenfassung .....	89
4.3.2	Typ 2: Verfremdung .....	91
4.3.3	Typ 3: Verdunklung .....	102
	<b>ZUSAMMENFASSUNG</b> .....	107
	<b>LITERATURVERZEICHNIS</b> .....	109