

## INHALT

Aus dem Vorwort zur ersten Auflage .....	7
Vorwort zur zweiten Auflage .....	8
Einleitung .....	9
1. Die Erscheinung Werbung .....	9
2. Die Rolle der Sprache in der Werbung .....	23
I. Wortbildung .....	35
1. Substantiv .....	35
2. Adjektiv .....	45
3. Produktnamen .....	53
II. Wortwahl .....	75
1. Häufigkeit von Wortarten .....	77
2. Semantische Aufwertung .....	81
a) Steigernde Komposition .....	86
b) Entkonkretisierung .....	94
c) Aufwertende Appellative .....	95
d) Benennung der Waren mit Hochwertwörtern .....	98
e) Charakterisierung durch hochwertende oder superlativische Adjektive .....	101
f) Superlativ und Komparativ .....	105
Superlativ – Bestimmter Artikel – Sinngemäß superlativische Ausdrücke – Komparativ	
3. Sprachschichten und Sprachkreise .....	111
a) Alltagssprache .....	111
b) Fachwörter .....	115
c) Fremde Elemente .....	123
4. Schlüsselwörter der Werbung .....	131

III. Satzbau .....	164
1. Einfacher Satz .....	164
2. Unvollständiger Satz .....	165
3. Satzlänge .....	171
IV. Rhetorische Mittel .....	173
1. Wiederholung .....	173
2. Behauptung .....	176
3. Befehl .....	179
4. Anrede .....	181
5. Einleitende Frage .....	184
6. Antithese .....	185
7. Dreierfigur .....	185
8. „Aufhänger“ .....	187
9. Gebundene Sprache .....	193
10. Euphemismus .....	194
11. Negation .....	196
12. Wortspiel .....	197
13. Anspielung .....	197
14. Vermenschlichung der Ware .....	200
V. Wirkungen der Sprache der Werbung .....	202
1. Verhältnis zur Gemeinsprache .....	202
a) Sprache der Werbung eine Sondersprache? .....	202
b) Einfluß auf die Gemeinsprache .....	208
c) Sprachverschleiß .....	214
Inhaltliche Verblässung – Kumulation – Verschiebung in den Wertbezügen – Unglaubwürdigkeit	
2. Wirkung auf Denken und Handeln der Menschen .....	224
a) Meßbarer Erfolg der Werbung .....	224
b) Rationale und emotionale Elemente in der Sprache der Werbung .....	226
c) Wirkungen durch Sprache .....	232
Wortregister .....	237
Sachregister .....	254
Personennamenregister .....	259
Warennamen- und Firmenregister .....	262
Literaturverzeichnis .....	273
Nachwort zur 2. Auflage .....	286