

Inhaltsverzeichnis

ERIKA SPIEB Psychologische Aspekte der Werbung	1
STEPHEN HAHN Markenführung in Theorie und Praxis	13
EVANGELINA GARCÍA MARTÍN Aplicaciones didácticas de la publicidad	23
NADIANE KREIPL Die Jugendlichen im Visier: Jugendsprachlich geprägte Werbetexte und weitere Verfahren der Adressatenorientierung in französischen Anzeigenwerbungen	41
HILKE ELSSEN Englische Elemente in der Kosmetikwerbung. Deutsche und französische Anzeigen im Vergleich	87
ELKE RONNEBERGER-SIBOLD Markennamen als (Zerr-)Spiegel gesellschaftlichen Werte- wandels in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts	123
SIGRID MUSELMANN Markennamen als Bestandteil der Werbung am Beispiel italienischer Lebensmittelmarken	169

KERSTIN NEFF	
Spanienbilder. Kultur und Klischees in der deutsch-spanischen Werbung	187
MIRKO MINUCCI	
Automobilwerbung in Italien	213
BÉATRICE DUMICHE	
Wahlkampagnen – Werbekampagnen. Die Verführung des Nihilismus und ihre Parodie	255
HILDEGARD KLÖDEN	
Sprache der Werbung – Sprache der Lyrik. Ein Vergleich auf der Basis des Französischen	287
ANNETTE LÜHKEN/OTTO WINKELMANN	
Französische Automobilwerbung. Internetseiten und Print-Anzeigen im Vergleich	299