

# 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 hoch-wertende 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

<b>III. Satzbau</b> .....	<b>164</b>
1. Einfacher Satz.....	164
2. Unvollständiger Satz .....	165
3. Satzlänge .....	171
<b>IV. Rhetorische Mittel</b> .....	<b>173</b>
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
<b>V. Wirkungen der Sprache der Werbung</b> .....	<b>202</b>
1. Verhältnis zur Gemeinsprache .....	202
a) Sprache der Werbung eine Sondersprache? .....	202
b) Einfluß auf die Gemeinsprache.....	208
c) Sprachverschleiß .....	214
Inhaltliche Verblüssung – 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
<b>Wortregister</b> .....	<b>237</b>
<b>Sachregister</b> .....	<b>254</b>
<b>Personennamenregister</b> .....	<b>259</b>
<b>Warennamen- und Firmenregister</b> .....	<b>262</b>
<b>Literaturverzeichnis</b> .....	<b>273</b>
<b>Nachwort zur 2. Auflage</b> .....	<b>286</b>