

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>ZIELSTELLUNG</b> .....	<b>11</b>
<b>2</b>	<b>DIE SICHT VON LEXIKOLOGIE UND WORTBILDUNG AUF PRODUKTNAMEN</b> .....	<b>15</b>
2.1	Annäherung an den Begriff ‚Produktname‘ .....	15
2.2	Zur Entstehung von Produktnamen.....	17
2.3	Lexikalischer Status von Produktnamen – Eigenname oder Gattungsbezeichnung.....	19
2.4	Funktionen von Produktnamen und Anforderungen an Produktnamen .....	26
2.5	Forschungsstand und Typologie von Produktnamen .....	30
2.5.1	Übernahmen .....	32
2.5.2	Konzeptformen .....	33
2.5.3	Kunstwörter.....	37
<b>3</b>	<b>PRODUKTNAMEN AUS DER MARKETINGPERSPEKTIVE</b> .....	<b>39</b>
3.1	Zu den Begriffen ‚Marke‘ und ‚Markenname‘ .....	39
3.2	Marketingspezifische Forderungen an Produkt- und Markennamen.....	40
3.3	Klassische Markentypologien.....	41
3.4	Markenarchitekturen.....	43
3.5	Handelsmarken.....	45
3.6	Prozess der Namenfindung.....	46
3.7	Internationale Markennamen .....	50
3.8	Namenwechsel.....	53
3.9	Markenallianzen.....	57
3.10	Markendehnungen .....	58
<b>4</b>	<b>DIE TEXTLINGUISTISCHE UND STILISTISCHE SICHT AUF PRODUKTNAMEN – ‚TEXTBILDENDE POTENZEN‘ UND ‚TEXTGESTALTERISCHE POTENZEN‘</b> .....	<b>59</b>
4.1	Methoden und Textkorpus .....	59
4.2	Textbildung – ‚textbildende Potenzen‘ .....	60
4.3	Textgestaltung – ‚textgestalterische Potenzen‘ .....	62
4.4	Textsorten .....	64
4.4.1	Zur Textsortenproblematik.....	64
4.4.2	Das Textsorten- und Textmusterkonzept von Wolfgang Heinemann .....	66
4.4.3	Zur Beschreibung der Textsorten ‚Werbeanzeige‘, ‚Kundenbericht‘ und ‚Verpackungstext‘ .....	68
4.4.3.1	Die Textsorte ‚Werbeanzeige‘ .....	68
4.4.3.2	Die Textsorte ‚Kundenbericht‘ .....	70
4.4.3.3	Die Textsorte ‚Verpackungstext‘ .....	71
4.5	‚Textbildende‘ und ‚textgestalterische Potenzen‘ von Produktnamen.....	74
4.6	Beobachtungen an Einzeltexten .....	74
4.6.1	Produktnamen in Wiederaufnahmerelationen.....	74
4.6.1.1	Wiederaufnahme durch Rekurrenz.....	75

4.6.1.2	Wiederaufnahme durch substantivische Substitution und durch Artikel .....	76
4.6.1.3	Wiederaufnahme durch Pronomen .....	77
4.6.2	Produktnamen in intertextuellen Relationen .....	77
4.6.2.1	Produktnamen im Rahmen von Textmuster­mischungen und Textmuster­montagen .....	79
4.6.2.2	Produktnamen im Rahmen von Text-Text-Referenzen .....	82
4.6.2.3	Produktnamen im Rahmen von Diskursen .....	84
4.6.3	Produktnamen im Rahmen von Teiltex­ten .....	85
4.6.3.1	Produktnamen in Schlagzeilen, Fließ­texten und Slogans .....	85
4.6.3.2	Inserts, Internetadressen und Bild­unterschriften .....	87
4.6.3.3	Produktnamen im Haupttext, im Nebentext und im spezifischen Nebentext .....	88
4.6.3.4	Produktnamen in den Teiltex­ten der Kundenberichte .....	89
4.6.4	Stilistische Aspekte der Produkt­namen .....	90
4.6.4.1	Produktnamen in sprachspielerischer Funktion und als Elemente von rhetorischen Figuren .....	90
4.6.4.2	Produktnamen in graphostilistisch auffälliger und orthographisch abweichender Form .....	97
4.6.4.3	Stilistische Aspekte der Wort­bildung von Produkt­namen .....	105
4.6.4.4	Fremd- und mischsprachige Produkt­namen .....	109
<b>5</b>	<b>ABSCHLIEßENDE BEMERKUNGEN UND PROGNOSE</b> .....	<b>115</b>
5.1	Lexikalische Besonderheiten und Wort­bildungsbesonderheiten von Produkt­namen .....	115
5.2	Produktnamen aus der Marketing­perspektive und die Berührungen des Marketings mit der Linguistik .....	115
5.3	Textlinguistische und stilistische Charakteristika .....	117
5.3.1	Produktnamen in Wiederaufnah­merelationen .....	117
5.3.2	Produktnamen in intertextuellen Relationen .....	117
5.3.3	Produktnamen im Rahmen von Teiltex­ten .....	119
5.3.4	Produktnamen im Rahmen von Sprach­spielen und als Elemente von rhetorischen Figuren .....	120
5.3.5	Produktnamen in graphostilistisch auffälliger und orthographisch abweichender Form .....	121
5.3.6	Stilistische Aspekte der Wort­bildung von Produkt­namen .....	122
5.3.7	Fremd- und mischsprachige Ele­mente von Produkt­namen .....	124
5.4	Prognose und Szenario .....	125
<b>6</b>	<b>LITERATURVERZEICHNIS</b> .....	<b>129</b>
<b>7</b>	<b>ABBILDUNGSVERZEICHNIS</b> .....	<b>143</b>
<b>8</b>	<b>ANHANG</b> .....	<b>149</b>