

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	7
Vita Gerhard Koß	9
Eigennamen als Warennamen	11
Motivationen in der Warennamengebung	23
Namenkompetenz und Namenerwerb	29
Warennamen: Information – Assoziation – Suggestion	41
Zur Namengebung bei Medikamenten	49
Personennamen als Warennamen	57
Tabs und Tablinen. Zur Wortbildung bei Medikamentennamen	65
Warennamen	79
Warennamen-, Firmennamenrecht	99
Was ist ‚Ökonomie‘? Vom Einzug der Globalisierung in die Onomastik	121
Unsere Welt in unseren Namen Karlheinz Hengst zum 70. Geburtstag gewidmet	179
Alles hat einen Namen	199
Rezension: Peter Anreiter: Pharmakonyme. Benennungsmotive und Strukturtypologie von Arzneimittelnamen	207
Von Christian und Katharina zu Event und FUNction Namengebung bei Weidener Porzellanprodukten	213
„Nahrhafte Namen“ – Benennung von Produkten und Deonymisierungen	229
Bibliografischer Nachweis der Erstveröffentlichung	239
Schriftenverzeichnis Gerhard Koß	241