

Inhalt

HARTMUT STÖCKL Werbekommunikation und Ästhetisierung – Zur Einführung	1
---	---

Werbung und Kunst

THOMAS SCHIERL Werbung – Kunst oder (k)eine Kunst?	13
---	----

VERENA KRIEGER Rätselhafte Botschaften. Ambiguität als strategisches Mittel zur 'Verkunstung' von Werbung	31
---	----

Wesensmerkmale und Funktionsweisen werblicher Ästhetik

ULRICH SCHMITZ Gebrochen schöner Schein macht interessant. Kommodifizierte Ästhetik in High-End-Werbung	65
---	----

HARTMUT STÖCKL Ästhetik und Ästhetisierung von Werbung – Begriffliche, forschungsmethodische und medientheoretische Überlegungen	89
---	----

Ästhetisierung in der Werbepraxis

PETER STOECKL Aktivierung, Benefit, Charakter und Vampire. Kriterien zur Beurteilung werblicher Ästhetik	119
--	-----

HARTMUT STÖCKL/MICHAEL WEINZETTL Lernen aus <i>Lürzer's Archiv</i> . Vom Sammeln ästhetischer Werbung – Ein Interview	145
---	-----

Kontexte ästhetischer Werbung

FRANCISCO JAVIER MONTIEL ALAFONT

Ästhetisierung im Spanien der *Transición*:

Werbung, Kunst, Alltagskultur 163

JENS RUNKEHL

Werbung 2.0 – Zwischen Design und Funktion:

Grenzgänger Internetwerbung? 185

Ästhetik in der Werbewirtschaft

GUIDO ZURSTIEGE

Die zwei Kulturen: Kreativität und Forschung in der Werbung 203

TINO G. K. MEITZ

Die Organisation der Werbeästhetik.

Zur Rationalisierung ästhetischer Qualitäten in der Werbewirtschaft 213

Abbildungsverzeichnis 229

Autoreninformationen 233