

Inhaltsverzeichnis

ERIKA SPIEß	
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 ELSEN	
Englische Elemente in der Kosmetikwerbung. Deutsche und französische Anzeigen im Vergleich	87
ELKE RONNEBERGER-SIBOLD	
Markennamen als (Zerr-)Spiegel gesellschaftlichen Wertewandels 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