

Inhaltsverzeichnis

ERIKA SPIEB	
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 ELSSEN	
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