

Werbesprache

Beispiele	Bezeichnung	Funktion
<ul style="list-style-type: none"> • Mensch und Motor. • Holz und Haus. • Leistung aus Leidenschaft. (eine Bank) • Italiener können küssen. Schweden können Konten. (eine Bank) 	Alliteration	sachliches Spiel mit den Buchstaben
<ul style="list-style-type: none"> • Mehr Internet. Mehr Kommunikation. • Ich kriege den PC. Ich kriege die Software. Ich kriege 5000 Anbieter. Und ich kriege die Sicherheit, dass ich alles kriege. 	Anapher	prägnante Headlines
<ul style="list-style-type: none"> • Was 212.000 Unternehmen mit ihrem Geld machen, ist ihre Sache. Oder Ihre! • Hilfe, ich sterbe aus! Bitte schützen Sie jetzt den letzten Tiger Indonesiens. (Spendenaufruf) 	Appell	mahnen, Aufruf zu einem bestimmten Verhalten, Provokation mit einem Dankstoß
<ul style="list-style-type: none"> • Das erste Auto mit Speisewagen. (Angebot: Kauf eines Autos = Bahncard 1 Jahr inclusive) • Die erste Hochsicherheitszelle mit Telefon. (Angebot: Kauf eines Autos = Handy inclusive) • Europa entdecken auf Schienen und Meeren (Erlebnisseveranstalter) 	Reduktion	mit klaren, kurzen Worten einen komplizierten Sachverhalt erklären; auf das Wesentliche konzentrieren
<ul style="list-style-type: none"> • Wir haben's getestet. Jetzt testen Sie! 	Anrede	
<ul style="list-style-type: none"> • Foto: Kindersitz / Kängurubeutel • Watt Ihr Volt • James DIN • DIN-osaurier • Abbildung: Rasierapparat / Rasenmäher • Öko-logisch! 	Analogie	überraschende Ähnlichkeit herstellen: semantisch, formal
<ul style="list-style-type: none"> • Man muss die Feste feiern, wie die Preise fallen. • Sollen wir Ihnen auf die Sprünge helfen? • 17 auf einen Streich. Oder mühsam zusammenschneiden. • Genau das Wichtige. 	Anlehnung	Bezug zu traditionellen Redewendungen; leicht veränderte Sprichwörter
<ul style="list-style-type: none"> • Testsieger laut Stiftung Warentest. • 10 Jahre Garantie sprechen für sich. • Auflistung von technischen Daten 	Argumente, stichhaltige Beweisgründe, Sachinformationen	
<ul style="list-style-type: none"> • berühmte Namen und Gesichter 	Name-Dropping	vermittelt Erfahrung, weckt Interesse
<ul style="list-style-type: none"> • Tradition verpflichtet - deshalb arbeiten wir seit 60 Jahren mit Herz und Hand für eine gefühlvolle Kollektion. Wissen und Erfahrung werden von Generation zu Generation weitergegeben. 	Nostalgie / Tradition	Dinge aus der Vergangenheit würdigen, Erinnerungen wecken
<ul style="list-style-type: none"> • Denken Sie an Ihre Sicherheit: cholesterinbewusst leben mit ... (Margarine) 	Ratschlag	zuverlässige Empfehlung
<ul style="list-style-type: none"> • Sekt oder Selters? • Geld oder Liebe? 	Alternative	
<ul style="list-style-type: none"> • Think it possible. • Innovation von ...? Ja. Night Vision. Nachts besser sehen. (KFZ-Elektronik) • Connecting People (Handy-Hersteller) • Smiles included. Wer uns kennt, schätzt die Gastfreundschaft und ...den Service, ... (-Airline) 	Anglizismus	signalisiert internationales Image, erzeugt ungewohnte Stimmungsbilder
<ul style="list-style-type: none"> • Ein Wort sagt mehr als 1000 Bilder. • Wie klingt ein trockener Martini? Wie schmeckt Beethovens 9. Sinfonie? Wie riecht Wien? Wie fühlt sich Picasso an? (Österreich-Werbung) • Rauher Hinweis auf zarte Schönheit. • Weniger ist nichts. (Unterwäschewerbung) • Große Kampagnen fangen ganz klein an. • Nicht Risiken vermeiden. Sondern Risiken einkalkulieren. (Elektronik-Konzern) 	Antithese	Spiel mit Gegensätzen

Beispiele	Bezeichnung	Funktion
<ul style="list-style-type: none"> • Das König der Biere. • Da werden Sie geholfen! • Italiener können küssen. Schweden können Konten. (eine Bank) 	Barbarismus	sparsamer Einsatz von gewollt sprachlichen Fehlern
<ul style="list-style-type: none"> • Sinnovativ handeln: Technische Innovation und sinnvolle Umsetzung ist das Konzept. Die Sinnthese. 	Neologismus	mit neuen Wörtern experimentieren
<ul style="list-style-type: none"> • Was für Bergsteiger überlebenswichtig ist, endet für Unternehmer meist tödlich – die Rede ist vom Festhalten. Festhalten an alten Strukturen, festhalten an sturen Machthabern, die sich der Notwendigkeit von Veränderungen nur widerwillig oder gar nicht stellen. . . • Sie denken an Dürre. Wir auch an Ressourcen. • Nebel. Kälte. Wind. Ein perfekter Tag, den ... zu testen. Jetzt Probe fahren. (Auto) 	Widerspruch	Spiel mit Wörtern, die scheinbar nicht zusammenpassen, ermuntert den Leser zur Auseinandersetzung
<ul style="list-style-type: none"> • Wir haben die Betten gemacht. Das Bad eingelassen. Und den Moskitos heute frei gegeben. So where the bloody hell are you? (Australienwerbung) 	Humor	
<ul style="list-style-type: none"> • Geschützt vor Viren. Geschützt vor Diebstahl. Geschützt vor Benutzern. (Computerhersteller) 	Klimax	
<ul style="list-style-type: none"> • ... ist ein Gefühlsrausch. eine Herausforderung an Grenzen zu gehen – und sie zu überschreiten. ... erkundet ein unbekanntes Duftgebiet. Seine frische, würzig-holzige Komposition ist herausfordernd und elementar, inspiriert von den wildesten Landschaften dieser Welt und purer Männlichkeit. Brechen Sie jetzt gleich auf zu Ihrem Abenteuer. Jetzt bei (Parfümwerbung, Drogerie) 	Metapher	Ein sprachlicher Ausdruck wird verwendet, indem ein Wort oder eine Wortgruppe aus dem eigentlichen Bedeutungszusammenhang in einen anderen übertragen wird, ohne dass ein direkter Vergleich zwischen Bezeichnendem und Bezeichnetem vorliegt
<ul style="list-style-type: none"> • Wer Gegenwind liebt, zeigt sich offen. Für Vordenker und Freigeister: Das neue ... Cabriolet... 	Zweierfigur	einprägsame Begriffspaare
<ul style="list-style-type: none"> • Halten. Verkaufen. Kaufen. (eine Directbank) 	Verstümmelung	extremer Telegrammstil, so gekürzt, dass der Leser gerade noch versteht, was gemeint ist
<ul style="list-style-type: none"> • Wer sich selbstständig macht, sollte nicht ständig alles selbst machen müssen. Schon gar nicht als Partner in unserem Lizenz-System. 	Wortspiel	
<ul style="list-style-type: none"> • Ob Notebook, PC oder Scanner, ob Bildschirm, ob Maus oder Brenner, das Ziel unsrer Arbeit ist rein, Technologie wird zu purem Design. (Computerhersteller) 	Reime	
<ul style="list-style-type: none"> • Noch nie war es preisgünstiger nach Irland zu fliegen! (Fluglinie) 	Hyperbel	
<ul style="list-style-type: none"> • Unbefangen – oder wie würden Sie es nennen? • Meinen Sie nicht auch? 	Suggestivfrage	Beeinflussung
<ul style="list-style-type: none"> • Ein Anruf genügt, und wir nehmen uns Zeit für Sie. Und wenn Sie zu Hause mal nicht weg können, kommen wir eben vorbei. So bleibt Ihnen mehr Zeit für die wirklichen Dinge. Noch ein Grund mehr, sich für die ... zu entscheiden. Wann wir Feierabend haben, entscheiden jetzt Sie. (Krankenkasse) 	Sympathie	angenehme Substantive und Adjektive, gemeinsames Empfinden und Erleben usw.
<ul style="list-style-type: none"> • Der Erfolg lässt den Sommer länger dauern. 	Naturphänomene	
<ul style="list-style-type: none"> • Wenn in China ... eine mystischer Tanz Sie alles um sich herum vergessen lässt, dann genießen Sie einen der Mehr-Werte unserer Reisen. (Reiseveranstalter) 	Konsequenz	Beschreibung der Reaktion oder der Folgen einer Handlung
<ul style="list-style-type: none"> • Was Genießer mit Privat Kaffee verbindet: So wie wir Privat Kaffee besonders viel Zeit geben, um zu reifen, so sollten Sie sich die Zeit nehmen, ihn zu genießen. 	Vergleich	