

"Lebensfreude auf 4 Rädern" - Metaphern in Slogans der Automobilwerbung Marion Ernst - Berlin

Dem Gebrauch von Metaphern kommt keineswegs nur eine ornamentale Funktion zu, sondern vielmehr - vor allem im Bereich der Werbung - eine kreative und innovative Funktion.

Wie dies erfüllt wird, soll anhand der Verwendung von Metaphern in Slogans der Automobilwerbung deutscher und ausländischer Automarken gezeigt werden. Anhand von Werbeslogans von den 1950er Jahren bis in die Jetztzeit soll gezeigt werden, welcher Art die verwendeten Metaphern sind, wie sie strukturell angelegt sind und welche Funktion ihnen im Einzelnen zukommt. Genauer gesagt soll dargestellt werden, welcher pragmatische und semantische Mehrwert bei den Metaphern in den Slogans zum Tragen kommt und welche Bildbereiche hierfür bemüht werden.

Ein Teilaspekt geht der Frage nach, ob sich die Slogans einer Automarke auf einen bestimmten Bildbereich konzentrieren.