

Die wichtigsten rhetorischen Mittel in Werbeanzeigen

Auswalliste

Die nachfolgende Zusammenstellung stellt die wichtigsten rhetorischen Mittel von Werbeanzeigen zusammen, die auch bei der schulischen Werbetextanalyse berücksichtigt werden könnten.

Zahlreiche Formulierungen lassen sich unterschiedlichen rhetorischen Figuren zuordnen.

Sprachliche Mittel	Erläuterung	Ergänzende Hinweise	Beispiele
Alliteration	Übereinstimmung im Anlaut von zwei oder mehreren Wörtern	Eindringlichkeit, erleichtert das Erinnern	Mars macht mobil! - Ich trink Ouzo. Was machst du so?(1) Gas geben. Geld sparen (Initiativkreis erdgas & Umwelt) - Leistung aus Leidenschaft (Deutsche Bank)
Anastrophe	ungewöhnliche Wortstellung, auch: Inversion, Veränderung der üblichen Abfolge von Satzgliedern		So klein, sie werden die Welt mit anderen Augen sehen (1)
Archaismus (veralteter Ausdruck)	veralteter sprachlicher Ausdruck, der a) nicht mehr zum aktiven Wortschatz gehört b) eine veraltete Bedeutung hat c) eine veraltete syntaktische Form aufweist (z.B. (finite Verbform)	ruft poetische, pathetische oder ironische Konnotationen hervor; auch aus ideologischen Gründen; dient der Abwechslung und Verfremdung; setzt ein gebildetes Publikum voraus	Alete-Kost fürs Kind
Anapher	Wiederholung des Anfangswortes bei aufeinander folgenden Sätzen, Versen oder Strophen	Eindringlichkeit, Steigerung des Eindrucks	JET KRAFTSTOFF ist nicht gerade aufregend: Immer gleiche Qualität, immer penibel kontrolliert und immer gleich gut zum Motor. (1) Besondere Formen. Besondere Materialien (Rado) - Gut zum Himmel. Gut zur Erde. Gut zum Kochen: unser erdgas - Aus Liebe zum Fußball. Aus Liebe zur Fotografie (Canon) - Sie folgen Ihren Freunden. Sie folgen ihrer Nase. Sie folgen keinen Regeln (Caravaning) - Seien Sie nicht nur ihr Mann. Seien Sie auch ihr Talisman. (Wempe)
Anspielung (Allusion)	versteckter Hinweis auf einen Zusammenhang, eine Person, die der Adressat kennt		An meine Haut lasse ich nur Wasser und CD (5)
Antithese	Entgegenstellung von Begriffen und Gedanken	Spannung	Nicht rasen - reisen! (4), Heißgeliebt und kalt getrunken; Schwer zu erklären. Leicht



	ken; auch Aufgliederung eines Oberbegriffs in seine gegensätzlichen Komponenten		zu erkennen (Renault Scenic) oben-unten; gestern-heute; heute-morgen,
Assonanz	Gleichklang zwischen mindestens zwei oder mehreren Wörtern; häufig nur auf Vokale bezogen;	Entstehung eines melodischem (Lese-)Rhythmus; lässt sich leichter merken und erinnern	Ganze Nuss im Überfluss. (Ritter Sport)
Asyndeton	Aneinanderreihung gleichgeordneter Wörter, Wortgruppen, Satzteilen oder Sätzen, die nicht mit Konjunktionen (Verknüpfungswörter) miteinander verbunden sind; Funktion: entweder Ausdruck einer unkompliziert ungezwungenen Sprechweise oder zur pathetisch wirkenden Stilerhöhung (z. B. als Klimax oder auch Antithese)		Ritter Sport. Quadratisch. Praktisch. Gut. (5) Leistung. Prestige. Innovationsfreude (Breitling)
Aufzählung	Aufzählung z.B. von Produkteigenschaften bzw. Produktmerkmalen	unterstützen z. B. den sachlichen Anschein bzw. die Sachlichkeit des sprachlichen Textes	Auch serienmäßig: elektrische Fensterheber, Klimaautomatik, Zentralverriegelung, BBS-Leichtmetallräder, 195er Breitreifen, Lederlenkrad und noch vieles mehr. - 65.000 km Gleise. 31.000 Brücken. 86.000 Weichen. Mehr kann man für eine Fernbeziehung nicht tun. (Die Bahn)
Befehlsform	Imperativische Wendungen	In der Wirkung umstritten, da möglicherweise eine Gegenreaktion provozierend	Kaufen - Marsch, marsch! (Mediamarkt). Seien Sie bescheiden. Verzichten Sie auf Understatement (Chrysler) - Probieren Sie doch mal Tabak, dem keine Zusatzstoffe hinzugefügt wurden (Natural American Spirit)
Chiasmus	Überkreuzstellung von syntaktisch oder semantisch einander entsprechenden Satzgliedern		Dor: Nimmt den Schmutz - bewahrt den Glanz (2) Die Zeit vergeht. Die Fältchen auch (Eubos) - Performance braucht Logistik - Gute Logistik braucht Gefco - Kaufen bei Spar - Sparen beim Kauf! Erst mal Prima Giro, dann Primaballerina (Volksbank Werbung)
Direkte Anrede (Apostrophe)	direkte Anrede des Lesers; auch direkte Anrede	Herstellen einer vermeintlich persönlichen Beziehung zum Rezipienten; wirkt intim;	Vertrauen Sie Ihrer Intuition (Wilkinson Sword) - Ford Mondeo. Dass er sicher ist, wussten Sie ja schon.



	rede von Dingen; häufig als Ausruf oder Frage formuliert	Rezipient fühlt sich u. U. aufgewertet	
Dreierfigur	Aussage wird auf ihre entscheidenden Elemente verdichtet	schafft eigenen Rhythmus, der das Erinnern erleichtert; dramatisiert und veranschaulicht den Inhalt	Quadratisch. Praktisch. Gut. Ritter Sport; Der neue Seifentyp La Fram: So belebend - so pflegend - so natürlich. (4) Piloten, die bestens ausgebildet sind. Mechaniker, die jede Schraube doppelt checken. Flugbegleiter, die Sie zu Ende träumen lassen. (Lufthansa) - Ihre Nachbarn neidgelb, ihr neuer Pool azurblau, ihre Baufinanzierung: wüstenrot
Ellipse	verkürzte Satzkonstruktion durch Auslassung eines Wortes oder Satzteil; kann als Kurzsatz aus dem Sinnkontext verstanden werden; allerdings Gefahr des Missverständnisses (explizite Form: Auslassungen werden durch drei Auslassungspunkte angezeigt)	regt Rezipienten, zum Denken an, da er das Ausgelassene ersetzen muss; kann die Authentizität des Gesprochenen unterstreichen, aber u. U. ungewollt inszeniert wirken; hinterlässt u. U. den Eindruck, es handle sich bei dem Gesagten um allgemeingültige, überzeitliche Aussagen	Eine Reise, die sich lohnt. statt: Dies ist eine Reise, die sich lohnt. Wie unser Kraftstoff: Langweilig, aber kaum zu verbessern (1) Blues - Ein Duft voll sprühender Musikalität (2) Frisch gefärbt? Nö. Frisch gewaschen! (Doe)
Emphase (Nachdruck)	Hervorhebung eines Wortes durch Tonfall, Tonstärke usw. in Form einer nachdrücklichen Betonung, die bei vielen Rezipienten bestimmte Vorstellungen (Konnotationen) auslöst	Häufig schon durch Umstellung von Satzgliedern in einem Satz; aber auch Verwendung von Ausrufezeichen	Bingo! (1) Hol dir die ganze Frische - die Frische von Credo (2)
Euphemismus	sprachliche Beschönigung (auch von tabuisierten Ausdrücken)	wird heute kaum benutzt, direkte Benennung kommt meistens besser an (Tampson-Werbung)	Ramend Abführtee: Ramend hilft - mit rein pflanzlichen Wirkstoffen - der Natur sanft nach, wenn etwas in Unordnung geraten ist (1)
Fachsprache / fachliche Akronyme	fachsprachliche Ausdrücke und Wendungen	Übergang mitunter fließend; erzeugt Schein von Kompetenz und Wissenschaftlichkeit	Airbag, Notebook, ABS, UMTS



Fremdwörter	Wörter aus einer fremden Sprache, fließender Übergang zu Lehnwörtern		High Tech, Megapixel
Hendiadyoin	ein Begriff wird durch zwei gleichwertige, mit »und« verbundene Wörter (meistens Substantive, Nomen) ausgedrückt statt diesen in seiner logisch richtigen syntaktischen Unterordnung (z. B. Substantiv + Adjektiv- oder Genitivattribut) zu verwenden;		Contrex Mineralwasser. Erfrischt und erquickt (5)
Ironie	etwas anderes als das Gesagte ist gemeint		Und nach dem Essen ein Bäuerchen (CMA. Bestes vom Bauern) - Untertauchen ist Männersache (IWC-Aquatimer) - Die schärfsten Kurven bringt er selber mit (Opel Astra) - Die Quickies nimmt mir keiner weg! (James-Dean-Typ mit einem blauen Auge - West) - In einer Hinsicht wird Porsche von allen anderen Automarken übertroffen. Bei der Höhe des Wertverlusts. - Ikea - das unmögliche Möbelhaus (1)
Klimax	Steigerung	häufig dreigliedrige Form	Ei wie fein - Babyfein (2) Einfacher Flip. Doppelter Rittberger. Dreifacher Too-loop. - Erhöhter Puls. Beschleunigte Atmung. Da hilft frische Luft (Chrysler Crossfire Roadster) - Frisch. Pur. Beck's
Komparativ	Vergleichsform der ersten Steigerungsstufe	soll ein bestimmtes Produkt aufwerte ; leere Komparativ hebt Vorzüge gegenüber der Konkurrenz hervor, ohne diese namentlich zu nennen;	Nokia ist besser als Siemens. oder Nokia ist besser. (leerer Komparativ) - Gut, besser, Paulaner - Immer einen Moment sportlicher.(Honda Civic)
Lautmalerei (Onomatopöie)	Wortbildung durch Nachahmung von Lauten oder Geräuschen		Igo-Rahm- Spinat - Der mit Blubb! - Diesel-Kenner würden sagen, er hätte Wumms. (Opel Signum)
Litotes	verneinter Gegenbegriff; häufig untertreibende Ausdrucksweise (Understatement): statt Superlativ oder Elativ wird Verneinung des Gegenteils benutzt	gilt mitunter auch als Ausdruck von Bescheidenheit	„nicht gerade wenig“ statt „ziemlich viel“; Nichts ist unmöglich (Toyota) (1)



Metapher	<p>bildlicher Vergleich durch Fügung von Wörtern, die eigentlich nicht zusammengehören (bildliche Übertragung)</p>	<p>kann auch wie "an den Haaren herbeigezogen" ausfallen; besitzt einen hohen Erinnerungswert;</p>	<p>Beste Pflege für ihre zweite Haut, (Bosch) - Roth-Händle gibt Würze (2)</p>
Metonymie	<p>Umbenennung, Übertragung</p>		<p>Citroen - Intelligenz auf Rädern (2) - Ein Teufel in der Wüste. Ein Engel auf Asphalt (Mitsubishi)</p>
Neubildung/ Neologismus	<p>Wortneuschöpfung a) echter Neologismus (in allen Sprachgemeinschaften unbekannt b) neue Komposita (Augenblickskomposita)</p>		<p>Guten Happendit! (McDonalds) (2) Kodak-Farbprozessor-Chip- Ohne Ultra-Mini-Mega-Firlefanz - Das »Wir machen den Weg frei«Prinzip (Volksbanken, Raiffeisenbanken) - Lightenschaft (Magnum Light Langnese) - Ich kneipp mich zart (Kneipp Care)</p>
Oxymoron	<p>rhetorisches Mittel; zwei Vorstellungen werden miteinander verbunden, die sich nicht entsprechen oder sogar ausschließen</p>		<p>Traditionell innovativ (Auto Becker) (1)</p>
Paradoxon	<p>scheinbar widersinnige Aussagen, die sich dennoch als sinnvoll erweisen</p>	<p>regt zum Mitdenken an</p>	<p>Kunst ist nicht immer Kunst.“ (zu ergänzen: echte Kunst) Die Zukunft heute (5) - Von ganz tief oben aus der Schweiz (Valser Mineralwasser)</p>
Personifikation	<p>Vermenschlichung eines abstrakten Begriffes (Welt, Liebe, Tod), von Kollektiva (Städte, Länder), Naturphänomenen (Regen, Abendrot, Flüsse), Tieren (vgl. Fabel) Gegenstandes oder, im Falle von Werbung, eines Produkts; besondere Form der Anthropomorphisierung bzw. Allegorie</p>	<p>soll Identifikation mit dem Produkt ermöglichen; Produkt und Mensch begegnen sich quasi wie Freunde, Partner</p>	<p>Weil unsere Haut Durst auf Gesundheit hat (1) Citroen - Intelligenz auf Rädern (2) - Kleine Berührung, große Wirkung (Samsung)</p>
Reim	<p>Gleichklang eines Verses in der Lyrik; a) Stabreim (Alliteration): gleich lautenden Anlaut betonter Stammsilben, daher auch: Buchstabenreim b) Endreim: Gleichklang von Wörtern vom letzten betonten Vokal ab</p>		<p>Die Milch macht's (2)</p>



<p>Rhetorische Frage</p>	<p>unter inhaltlichem Aspekt: Scheinfrage; Frage soll eigentlich gar nicht beantwortet werden; klare Antwort wird vorausgesetzt</p>	<p>wirkt wie eine umgestellte Behauptung, die bereits ihre Antwort impliziert; intensivierende Wirkung; will im Unterbewusstsein die Zustimmung des Rezipienten zur Äußerung hervorrufen</p>	<p>Sie wollen hoch hinaus? Sie wollen in die Lüfte? Sie wollen in die Karibik? Erledigen Sie Ihre Bankgeschäfte etwa nicht zu Hause? (1) Colt. Und was wollen Sie erleben? (Mitsubishi)</p>
<p>Satzbruch (Anakoluth)</p>	<p>Satzkonstruktion, die nicht wie erwartet zu Ende geführt wird; Störung des Satzbaus, der grammatisch nicht folgerichtig aufgebaut ist; häufig auch stilistischer Fehler; dient als rhetorisches Mittel zur Nachahmung einer sozial oder emotional bestimmten Redeweise</p>	<p>häufig mit die mit einem Gedankenstrich optisch voneinander getrennt Gedankenstrich zwingt zu deutlicher Pause; außerdem: Illusion spontanen Sprechens und Eindruck der Improvisation</p>	<p>Er wird vielen den Kopf verdrehen. Aber nicht den Hals.</p>
<p>Stabreim</p>	<p>auch: Buchstabenreim; vgl. Alliteration, gleichlautender Anlaut von betonten Stammsilben</p>		<p>Bitte ein Bit! (2)</p>
<p>Superlative / Elativ</p>	<p>grammatisch die Höchststufe / 2. Steigerungsstufe bei der Steigerung (Komparation), die eine graduelle Differenz zwischen mehr als zwei miteinander verglichenen Werten ausdrückt; Superlativ besitzt dabei den höchsten Wert; wenn die Vergleichswerte nicht ausgedrückt werden, spricht man vom Elativ</p>	<p>Elativ: absoluter Superlativ, der durch adverbiale Umschreibungen formuliert wird (benötigt kein Vergleichsobjekt);</p>	<p>modernste Technik</p>
<p>Synästhesie</p>	<p>Vermischung bzw. Verschmelzung von Reizen, die zu unterschiedlichen Sinneswahrnehmungen und Sinnesorganen gehören; in der Realität können bestimmte Sinnesindrücke (z.B. der Fingernagel des Lehrers kratzt beim</p>		<p>Da werden Ihre Ohren Augen machen! (1)</p>



	Schreiben über die Tafel) eine andere Sinnesreaktion (z.B. Gänsehaut) hervorrufen; literarisch häufig bei metaphorischer Beschreibung (schreiendes Rot, heiße Rhythmen, farbige Klänge ...)		
Tautologie / Pleonasmus	Tautologie Wiedergabe eines Begriffes durch zwei oder mehrere andere, die die gleiche Bedeutung haben (Synonyme)		Die „weibliche Frau“ (Pleonasmus) – „Die Frau ist weiblich.“ (Tautologie)
Übertreibung (Hyperbel)	starke Übertreibung; offensichtlich unglaubwürdig; meistens wird ein Gegenstand in nicht angemessener Weise vergrößert oder verkleinert	dient der Verfremdung und zum Hervorrufen von Emotionen; soll vom Rezipienten als Übertreibung erkannt werden	Der Citroen C3 Pluriel - Das ganze Jahr ist schön - Haare wie neu geboren und glänzen wie noch nie (1)
Vergleich	Verbindung des gemeinsamen Gehalts zweier Bereiche	häufig auch unvollständig	Nichts bewegt sie wie ein Citroen. - Jeder unserer Chardonnay ist wie eine Begegnung (Vin des Pays des France) - Hart im Nehmen und mit zunehmendem Alt er attraktiver. Wie ein Mann. (IWC Spitfire Doppelchronograph)
Wortspiel	Zusammenstellung klangähnlicher, aber bedeutungsverschiedener Wörter, wodurch witzige Effekte entstehen	dient zur inhaltlichen Hervorhebung; kann Assoziationen auslösen kann; wirkt überraschend, komisch, humorvoll; erzeugt humorvolle oder sympathische Grundeinstellung beim Rezipienten; originell; kreativ; hoher Unterhaltungswert	Aral. Alles super. (5) Und nach dem Essen ein Bäuerchen. (CMA-Bestes vom Bauern)
Zitate	Stehende Redewendungen (Phraseologismen, Idiome), Sprichwörter, Liedertexte, Zitate anderer Werbeslogans a) Phraseologismen b) Sprichwörter c)	Zitate wirken vertraut, locker, nicht gestelzt und authentisch; schaffen Leseanreize schaffen; signalisieren Anspruch auf Glaubwürdigkeit und Wahrheit	Ein Auto „läuft wie die Feuerwehr. - Du bist eine Wucht! -

	sprichwörtliche Redensart: d) Sentenz:		
Zweierfigur	Zwei syntaktisch voneinander abgegrenzte Glieder werden einander gegenübergestellt; sieht aus wie eine mathematische Gleichung nach dem Muster $a+b=c$ oder $c=a+b$		Camel. Der Beginn einer Vision. -
Sprachliche Mittel	Erläuterung	Ergänzende Hinweise	Beispiele