# **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](#(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](#(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 **Anfangs**wortes 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)](#(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; auch  Aufgliederung eines Oberbegriffs in seine gegensätzlichen Komponenten  | Spannung | Nicht rasen - reisen! [(4)](#(4)), Heißgeliebt und kalt getrunken; Schwer zu erklären. Leicht 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](#(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, Zentralverrie-gelung, BBS-Leichmetallräder, 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](#(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 von Dingen; häufig als Ausruf oder Frage formuliert  | Herstellen einer vermeintlich persönlichen Beziehung zum Rezipienten; wirkt intim; Rezipient fühlt sich u. U. aufgewertet | Vertrauen Sie Ihrer Intuition (Wilksinson Sword) - Ford Mondeo. Dass er sicher ist, wussten Sie ja schon. |
| **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)](#(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 Satzteiles; 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, überzeitlicher Aussagen | Eine Reise, die sich lohnt.statt: Dies ist eine Reise, die sich lohnt.Wie unser Kraftstoff: Langweilig, aber kaum zu verbessern ([1](#(1))) Blues -.Ein Duft voll sprühender Musikalität [(2](#(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)](#(1)) Hol dir die ganze Frische - die Frische von Credo [(2)](#(2))  |
| **Euphemismus** | sprachliche Beschönigung (auch von tabuisierten Ausdrücken) | wird heute kaum benutzt, direkte Bennennung kommt meistens besser an (Tampon-Werbung) | Ramend Abführtee: Ramend hilft - mit rein flanzlichen Wirkstoffen - der Natur sanft nach, wenn etwas in Unordnung geraten ist ([1](#(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 richtigeren syntaktischen Unterordnung ( z. B. Substantiv + Adjektiv- oder Genitivattribut) zu verwenden; |   | Contrex Mineralwasser. Erfrischt und erquickt ([5](#(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](#(1))) |
| **Klimax** | Steigerung | häufig dreigliedrige Form  | Ei wie fein - Babyfein ([2](#(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.oderNokia 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](#(1))) |
| **Metapher** | bildlicher Vergleich durch Fügung von Wörtern, die eigentlich nicht zusammengehören (bildliche Übertragung) | kann auch wie "an den Haaren herbeigezogen“ ausfallen;  besitzt einen hohen Erinnerungswert; | Beste Pflege für ihre zweite Haut, (Bosch) -  Roth-Händle gibt Würze ([2](#(2))) |
| **Metonymie** | Umbenennung, Übertragung |   | Citroen - Intelligenz auf Rädern [(2)](#(2)) - Ein Teufel in der Wüste. Ein Engel auf Asphalt (Mitsubishi) |
| **Neubildung/Neologismus** | Wortneuschöpfunga) **echter Neologismus** (in allen Sprachgemeinschaften unbekannt b) **neue Komposita (**Augenblickskomposita**)** |   | Guten Happetit! (McDonalds) [(2)](#(2))Kodak-Farbprozessor-Chip- Ohne Utra-Mini-Mega-Firlefanz - Das »Wir machen den Weg frei«Prinzip (Volksbanken, Raiffeisenbanken) - Lightenschaft (Magnum Light Langnese) - Ich kneipp mich zart ( Kneipp Care) |
| **Oxymoron** | rhetorisches Mittel; zwei Vorstellungen werden miteinander verbunden, die sich nicht entsprechen oder sogar ausschließen |   | Traditionell innovativ (Auto Becker) ([1](#(1))) |
| **Paradoxon** | scheinbar widersinnige Aussagen, die sich dennoch als sinnvoll erweisen | regt zum Mitdenken an | Kunst ist nicht immer Kunst.“ (zu ergänzen: echte Kunst) Die Zukunft heute ([5](#(5))) - Von ganz tief oben aus der Schweiz (Valser Mineralwasser) |
| **Personifikation** | 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 | soll Identifikation mit dem Produkt ermöglichen; Produkt und Mensch begegnen sich quasi wie Freunde, Partner  | Weil unsere Haut Durst auf Gesundheit hat [(1)](#(1))Citroen - Intelligenz auf Rädern [(2)](#(2)) - Kleine Berührung, große Wirkung (Samsung) |
| **Reim** | 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 |   | Die Milch macht's [(2)](#(2)) |
| **Rhetorische Frage** | unter inhaltlichem Aspekt: Scheinfrage; Frage soll eigentlich gar nicht beantwortet werden; klare Antwort wird vorausgesetzt | wirkt wie eine umgestellte Behauptung, die bereits ihre Antwort impliziert; intensivierende Wirkung; will im Unterbewusstsein die Zustimmung des Rezipienten zur Äußerung hervorrufen | Sie wollen hoch hinaus? Sie wollen in die Lüfte? Sie wollen in die Karibik?Erledigen Sie Ihre Bankgeschäfte etwa nicht zu Hause? ([1](#(1))) Colt. Und was wollen Sie erleben? (Mitsubishi) |
| **Satzbruch**(Anakoluth) | 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 | häufig mit die mit einem Gedankenstrich optisch voneinander getrennt  Gedankenstrich zwingt zu deutlicher Pause; außerdem: Illusion spontanen Sprechens und Eindruck der Improvisation | Er wird vielen den Kopf verdrehen. Aber nicht den Hals. |
| **Stabreim** | auch: Buchstabenreim; vgl. Alliteration, gleichlautender Anlaut von betonten Stammsilben |   | Bitte ein Bit! ([2](#(2))) |
| **Superlative / Elativ** | 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 | **Elativ**: absoluter Superlativ, der durch adverbiale Umschreibungen formuliert wird (benötigt kein Vergleichsobjekt);  | modernste Technik |
| **Synästhesie** | Vermischung bzw. Verschmelzung von Reizen, die zu unterschiedlichen Sinneswahrnehmungen und Sinnesorganen gehören; in der Realität können bestimmte Sinneseindrücke (z.B. der Fingernagel des Lehrers kratzt beim Schreiben über die Tafel) eine andere Sinnesreaktion (z.B. Gänsehaut) hervorrufen; literarisch häufig bei metaphorischer Beschreibung (schreiendes Rot, heiße Rhythmen, farbige Klänge ...) |   | Da werden Ihre Ohren Augen machen! ([1](#(1))) |
| **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](#(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](#(5)))Und nach dem Essen ein Bäuerchen. (CMA-Bestes vom Bauern) |
| **Zitate** | Stehende Redewendungen (Phraseologismen, Idiome), Sprichwörter, Liedertexte, Zitate anderer Werbeslogansa) **Phraseologismen** b) **Sprichwörter**  c) **sprichwörtliche Redensart**: d) **Sentenz**:  | 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! - |
| **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** |