

## **Werbetexte in der Tourismusbranche**

Dr. Viktoria Umborg

Technische Universität Tallinn, Estland

Im Vortrag geht es um eine linguistische Untersuchung von Werbetexten. Die Ziele sind herauszufinden, welche sprachlichen Mittel zur Wirksamkeit eines Werbetextes beitragen und wie man die Ergebnisse dieser Untersuchung für den Unterricht anwenden kann.

Die Analyse von Werbetexten (Prospekten, Reiseführern, Werbeanzeigen und Internetseiten) aus der Tourismusbranche hat gezeigt, dass nicht nur der Einsatz von sprachlichen Mitteln (wie Phraseologismen, Sprichwörter usw.) und von verschiedenen rhetorischen Stilmitteln (wie Metapher, Alliteration usw.) einen wirkungsvollen Werbetext ausmachen, sondern auch die Art und Weise ihrer Verwendung, nämlich in sprachspielerischer Form. Es gibt bis heute kaum Unterrichtsmaterialien für die Anfertigung von Werbetexten. Deshalb wird im Vortrag der Versuch gemacht, einige didaktisch-methodische Vorschläge darzustellen.