

11. Abbildungsnachweis

Abbildungen

Nr.		Seite
1	Werbung des luxemburgischen Ministeriums für Chancengleichheit (<i>Comed</i>)	32
2	Werbung für <i>Handicap International</i> (<i>Advantage</i>)	55
3	Werbung der Tageszeitung <i>Luxemburger Wort</i> (<i>Advantage</i>)	59
4	Werbung von <i>Marelux S.A.</i> (<i>Marelux</i>)	117
5	Werbung von <i>Luxembourg for Business</i> (<i>Comed</i>)	118
6	Werbung von <i>Audi Luxemburg</i> (<i>Losch</i>)	142
7	<i>Cactus</i> -Werbung für Rindfleisch aus Luxemburg (<i>Cactus</i>)	148
8	<i>Bofferding</i> -Werbung im Zeitraum 1980-1990	194
9	<i>Cactus</i> -Imagewerbung anlässlich des 40-jährigen Bestehens des Unternehmens (<i>Cactus</i>)	252
10	Imagewerbung der <i>Spuerkeess</i> (<i>BCEE</i>)	259
11	Werbung der Luxemburger Flughafengesellschaft <i>Luxairport</i> (<i>Luxairport</i>)	273
12	Werbung des Supermarktes <i>Auchan</i> für die hauseigene Weinmesse (<i>Auchan</i>)	275
13	Werbung für <i>Rosport</i> -Mineralwasser anlässlich der Springprozession im Jahr 2000 (<i>Binsfeld</i>)	277
14	Werbung von <i>P&T Luxemburg</i> für das Produkt <i>DigiSurf</i> (<i>P&T</i>)	283
15	Werbung von <i>P&T Luxemburg</i> für <i>LuxGSM/Vodafone</i> (<i>Advantage</i>)	284

16	Image-Kampagne der <i>Spuerkeess</i> zum 150-jährigen Bestehen der Bank (<i>BCEE</i>)	286
17/18	Szenen aus <i>Life</i> -Spot von <i>Promote Luxembourg</i>	289
19/20	Szenen aus <i>Enovos</i> -Werbespot	290
21	Werbung von <i>ING</i> zum Marathon (<i>ING</i>)	293

Tabellen

1	Einflüsse auf das identitätsstiftende Potential des Werbediskurses (eigene Darstellung)	74
2	Stichprobe der qualitativen Befragung (mit Thema <i>Werbung</i>) nach soziodemografischen Merkmalen (Quelle: IDENT 2010, S. 28; eigene Anpassung)	98
3	Fragen der quantitativen Rezipientenbefragung (eigene Darstellung)	100
4	Fragen der qualitativen Rezipientenbefragung (eigene Darstellung)	103
5	Überblick Imagekampagnen <i>Bofferding</i> (Quelle: <i>Bofferding</i> , eigene Darstellung und eigene Übersetzung)	192
6	Vier Symbolkomplexe Luxemburgs laut Experteninterviews (eigene Darstellung)	270
7	Text- und Bildelemente im <i>Promote-Luxembourg-Spot Life</i> (eigene Darstellung)	287

Grafiken

1	Spezialdiskursive und interdiskursive Teilbereiche des Werbediskurses (eigene Darstellung)	73
2	Orientierung des Konsumentenverhaltens an Werbung	150
3	Wahrnehmung des Luxemburgischen in der Print-, TV- und Radiowerbung	234