

Inhalt

Einleitung | 7

I WERBUNG IN KUNST UND LITERATUR

Gedichte, so wirksam wie Werbeslogans.

Poesie, Werbung und Innovation

Beatrice Nickel | 21

**Poetik als Werbung. Marketingstrategien
und Kunst in Émile Zolas *Experimentalroman(en)***

Maren Scheurer | 35

**Kreativität im Korsett. Nostalgie und Konsumideologie
im Fernsehrama *The Paradise***

Natalie Veith | 53

Zwischen Körper und Kapital.

Erzählte und erzählende Werbung in Richard Powers *Gain*

Ricarda Menn | 69

II ÄSTHETIK UND POETIK DER WERBUNG

Poetik der Provokation. Lars von Trier und die Werbung

Frederike Felcht | 87

„It’s Time for Another Revolution“.

Revolutionität in der Automobilwerbung

Sebastian Baden und Dominik Schrey | 103

**Das U(h)rverständnis von Mann und Frau – oder: Die inszenierte
„Breitbeinigkeit“ geht in Serie. Zur Komik in der Werbeserie am
Beispiel der Uhrenmarke IWC**

Claudia Sassen | 121

**Serendipity. Zufallskreativität in kommerziellen Werbestrategien
und in literarischer Gegenwartspoetik**

Reinhard M. Möller | 137

III NARRATIVE DER VERFÜHRUNG

**Von perfektionistischen Superheldinnen, sexualisierten Santas und
übermächtigen Schwiegermüttern.**

Rollenbilder in der Supermarktwerbung

Elisabeth Hollerweger | 159

**„Blow Some My Way!“ Darstellungen weiblicher (Un-)Abhängigkeit
in Zigarettenwerbung des zwanzigsten Jahrhunderts**

Martina Allen | 179

**Kann man den „Herzschlag eines ganzen Volkes“ ausdrücken?
Nationale Identitätsentwürfe in der Printwerbung**

Markus Raith | 197

**Eine kreative Wunde. Werbung mit den Medienikonen
des 11. September**

Ruth Knepel | 217

Autorinnen und Autoren | 237