

Verweyen, Theodor; Witting, Gunther: Die Kontrafaktur : Vorlage und Verarbeitung in Literatur, bildender Kunst, Werbung und politischem Plakat – Konstanz: Univ.-Verl. Konstanz 1987. 338 S.

Geppert, Hans Vilmar: "Perfect perfect" : das kodierte Kind in Werbung und Kurzgeschichte (Katherine Mansfield, Marie-Luise Kaschnitz, Gabriele Wohmann, Christa Wolf u.a.) ; Vortrag gehalten anlässlich des Augsburgers Mansfield-Symposiums im Juni 1988 zum 100. Geburtstag von Katherine Mansfield – Augsburg: Präsident d. Univ. 1989. 32 S.

Eisbrenner, Axel: Minne, diu der werlde ir vröude mëret : Untersuchungen zum Handlungsaufbau und zur Rollengestaltung in ausgewählten Werbungsliedern aus "Des Minnesangs Frühling" – Stuttgart: Helfant-Ed. 1995. 473 S.

Thonhauser-Jurnsick, Ingo: Tourismus-Diskurse : Locus amoenus und Abenteuer als Textmuster der Werbung, der Trivial- und Hochliteratur – Frankfurt am Main [u.a.]: Lang 1997. 279 S.

Jagetsberger, Petra: Werbung als literarischer Gegenstand : Untersuchungen ausgewählter literarischer Texte – Als Ms. gedr. – Aachen: Shaker 1998. 265 S.

Naeve-Bucher, Ursula: Schönes Fräulein darf ich's wagen, Ihnen Arm und Geleite anzutragen? : zu Annäherung, Werbung, Versuchung und Verführung in der schwedischen und deutschen Literatur des 18. Jahrhunderts – Stockholm: Almqvist & Wiksell 2001. 319 S.

Estermann, Alfred: Witz als Werbung oder: Wahres gegen Bares : Friedrich Stoltzes Reklame für die "Frankfurter Latern" ; [erschieden zur Ausstellung: "Witz als Werbung oder: Wahres gegen Bares" im Stoltze-Museum der Frankfurter Sparkasse, Töngesgasse 34 - 36, vom 26.3. bis 9.11.1990] – Frankfurt am Main: Frankfurter Sparkasse 1990. 16 S.

Georgi, Oliver: Das Grotteske in Literatur und Werbung – Stuttgart: Ibidem-Verl. 2003. 165 S.

Müting, Gisela: Die Literatur "bemächtigt sich" der Reklame : Untersuchungen zur Verarbeitung von Werbung und werbendem Sprechen in literarischen Texten der Weimarer Zeit – Frankfurt am Main: Lang 2004. 377 S.

Meyer, Urs: Drama, Narration, Mythos : Werben mit den Mitteln der Poesie In: KulturPoetik 4 2004, 2, 218-234

Münkner, Jörn: Illustrierte Flugblätter, Zeitungsreklame, Großraumplakate : vormoderne und moderne Formen dynamisierter Wahrnehmung in publizistischen Medien In: Moderne deutsche Texte 2005, 239-252

Georgi, Oliver: Ungestaltete Krüppel, attraktive Sphinxen : Mechanismen des Grottesken in Literatur und Werbung In: Sprachkunst 35 2004, 2, 319-342

Wegmann, Thomas: Stadtreklame und statt Reklame : ein Versuch über Schnittstellen von Literatur und Werbung In: Text der Stadt - Reden von Berlin 1999, 155/171

Mieder, Wolfgang: Die Sage vom 'Rattenfänger von Hameln' in der modernen Literatur, Karikatur und Werbung In: Geschichten und Geschichte 1985, 113/28

Militz, Hans-Manfred: Mieder, Wolfgang: Deutsche Sprichwörter in Literatur, Politik, Presse und Werbung [Rezension] In: Deutsche Literaturzeitung für Kritik der internationalen Wissenschaft 107 1986, 36/40 [Rezension zu: Mieder, Wolfgang: Deutsche Sprichwörter in Literatur, Politik, Presse und Werbung. - Hamburg : Buske. - 1983]

Grober-Glück, Gerda: Mieder, Wolfgang: Deutsche Sprichwörter in Literatur, Politik, Presse und Werbung [Rezension] In: Zeitschrift für Volkskunde 84 1988, 304/05 [Rezension zu: Mieder, Wolfgang: Deutsche Sprichwörter in Literatur, Politik, Presse und Werbung. - Hamburg : Buske. - 1983]

Wegmann, Thomas: "Kanonendonner legt sich um bedeutend weniger als ein Omlett" : die Reklame-Debatte in den 1920er Jahren In: Markt 2005, 133-149

Meyer, Urs: Einfache Formen in der Werbung : Überlegungen zum Verhältnis zwischen literarischer Anthropologie und Gattungstheorie In: Markt 2005, 183-196

Geppert, Hans Vilmar: Literatur im Mediendialog : Semiotik, Rhetorik, Narrativik ; Roman, Film, Hörspiel, Lyrik und Werbung / Hans Vilmar Geppert – München: Vögel 2006 Literaturverz. S. 243 - 256. 256 S.

Sinic, Barbara: Oliver Georgi: Das Grotteske in Literatur und Werbung [Rezension] In: Jahrbuch für internationale Germanistik 38 2006, 1, 260-264 [Rezension zu: Georgi, Oliver: Das Grotteske in Literatur und Werbung. - Stuttgart : Ibidem-Verl.. - 2003]

Stanitzek, Georg: Werbung In: Bachmanns Medien 2008, 132-147

Meyer, Urs: Poetik der Werbung – Berlin: Schmidt 2010. 342, XVI S.

Berthold, Sabine: Markenkult als Lebensstil? : Werbung und Warenästhetik in der (Kinder- und Jugend-)Literatur In: Kinder- und Jugendliteraturforschung ... 2008-2009 2009, 67-73

Geppert, Hans Vilmar: Ist die Nacht von der E-Klasse erhellt : Rhetorik in Literatur, Design und Werbung In: Literatur im Mediendialog 2006, 37-74

Geppert, Hans Vilmar: Perfect Perfect : das kodierte Kind in Werbung und Kurzgeschichte (Katherine Mansfield, Marie-

Luise Kaschnitz, Gabriele Wohmann, Christa Wolf u. a.) In: Literatur im Mediendialog 2006, 177-208

Geppert, Hans Vilmar: Und raucht Ernte 23/Und alles war wieder gut : zur Poesie der Werbung In: Literatur im Mediendialog 2006, 209-241

Opilowski, Roman: Literarische Zitate und Anspielungen in Wort und Bild der Werbung In: Breslau und die Welt 2009, 585-601

Bies, Werner: Traditionelles Erzählen in der Werbung : Gattungen und Themen, Medien und Prozesse, Methoden und Theorien, Irritationen und Chancen In: Erzählkultur 2009, 353-379

Gröppel-Klein, Andrea; Spilski, Anja: Grimmsche Märchenfiguren und Archetypen in der Werbung In: Zwischen Identität und Image 2009, 506-529

Wegmann, Thomas: Dichtung und Warenzeichen : Reklame im literarischen Feld ; 1850 - 2000 – Göttingen: Wallstein 2011. 592 S.

Teutsch, Andreas: Die Kreativität der sprachlichen Oberfläche - ein Blick auf Literatur und Warenmarken In: Sprachspiegel 67 2011, 1, 13-19

Constantinescu, Lora: Werbung und Alltagsmärchen In: Es schlägt 13! 2011, 267-292

Bertschik, Julia: "Mr. Ford nimmt Pferde in Zahlung ..." : Reklame als Alltagsdiskurs neusachlicher Ästhetik in Stefan Großmanns Zeitschrift "Das Tage-Buch" (1920-1933) In: "Baustelle Kultur" 2011, 331-348

© 2013 Universitätsbibliothek Frankfurt/M. / BDSL Online