

# 6

Lektion

## **Lösungsvorschläge zu den Text- und Arbeitsaufgaben**

LÖSUNG

L 06 / 01

**Denken Sie an den Slogan eines großen Pharmakonzerns:**

**„Ihre Gesundheit liegt uns am Herzen.“**

**Erklären Sie: Was sagt diese bildliche Übertragung aus? Wie wirkt der Satz (warm, herzlich, kühl ...)? Und wieso?**

Wenn jemandem etwas am Herzen liegt, geht man grundsätzlich von einem sehr persönlichen und emotionalen Anliegen aus. Von „Herzensangelegenheiten“ sprechen wir, wenn uns etwas sehr nahe geht, es uns besonders wichtig ist oder wir mit Leidenschaft dahinter stehen. So drücken Herzensangelegenheiten auch immer einen gehörigen Schuss Begeisterung bzw. Begeisterungsfähigkeit aus. Deshalb wirkt der Satz warm und herzlich – und man bekommt schnell das Gefühl, dass sich hier wirklich jemand ernsthaft kümmern möchte.

## LÖSUNG

L 06 / 02

**„Pickelalarm“ und „Salatkrönung“ sind Wort-Neuschöpfungen aus der Werbung. Finden Sie weitere!**

- „Fruchtalarm“ (Froop)
- „Because change happenenz“ (Zurich Versicherungen)
- „propersauber“ (Meister Proper)
- „Sind wir nicht alle ein bisschen Bluna?“ (Bluna)
- „Das große Gernsehen!“ (Astra)
- „Kaufen Sie sparnünftig“ (Media Markt)
- „Diplomatie“ (Duplo)
- „tchibofonieren“ (Tchibo)
- „buttermilchleicht“ / „joghurtlecker“ (Müller)
- „Weil Gesundheit Hautsache ist“ (Vichy)
- „Ich bin ein Gourmeggle“ (Meggle)
- „Haben Sie heute schon geschweppt?“ (Schweppes)