*Servus Austria* und *Gruezi Schweiz*

Zu Formen multimodaler Imagekonstruktion in der Tourismuswerbung

Gudrun HELD (Salzburg)

Tourismuswerbung ist gezielte Image-Werbung. Die Konstruktion eines touristischen Images basiert – unter anderem – auf einer möglichst anschaulichen Verarbeitung von sog. Identitätsmarkern, welche die beworbene Destination im Werbetext gleichsam ‚ikonisch‘ repräsentieren sollen.

Sehr häufig ist es gerade die Sprache, die aus formalen oder inhaltlichen Gründen die Identität eines Raums ‚verkörpert‘. An ausgewählten Beispielen aus italienischer, französischer und deutscher Printwerbung soll gezeigt werden, wie sprachliche Ausdrücke dazu benutzt werden, im Zusammenspiel mit den verschiedenen Text- und Bildbausteinen eine spezifische Identität des Raumes nicht nur evozieren, sondern auch mit einem gezielten Image versehen. Dadurch wird ein multimodaler Gestaltungsrahmen geschaffen, der Kampagnen zulässt, die für immer neue Sujets offen und variabel sind, gleichzeitig aber auch global adaptiert werden können.

Donnerstag, 25.11.2021

11-13 Uhr

Via F. Filzi, Aula M5

Für Informationen: akgaertig@units.it