

Klassische Stilmittel der Werbesprache

Alliteration	Häufung gleicher Konsonanten am Wortanfang
Anapher	Wiederholungen eines Wortes am Anfang
Antithetik	Gegenüberstellung von Entgegengesetztem
Chiasmus	spiegelbildliche Anordnung von Subjekt und Prädikat/Adjektiv
Ellipse	grammatisch unvollständiger Satz (Auslassung)
Hyperbel	Übertreibung
Parallelismus	Gleiche Satzkonstruktion in aufeinanderfolgenden Sätzen
Personifikation	unbelebtes erhält menschliche Eigenschaften
Metapher	sprachliches Bild
Reim	lautähnliche letzte betone Silbe
Klimax	Steigerung (Superlative oder andere Formen der Intensivierung)
Vergleich	zwei Wörter/ Aussagen zueinander in Beziehung gesetzt
Neologismus	Wortneuschöpfung
Dreiklang	Dreierfigur, die sich leicht einprägt