Werbung vor 100 Jahren war in erster Linie einfache Produktbeschreibung mit einer Preisangabe. Der Bilderdruck für ein Massenprodukt wie eine Zeitung steckte noch in den Kinderschuhen.

Moderne Werbung ist multimedial geworden. Händlerketten betreiben Imagewerbung. Es werden Gefühle angesprochen und mit Emotionen wird eine Kundenbindung versucht zu erzeugen.

Beiden Zeiträumen ist gemeinsam, die Kauflust anzuregen. Auch kleine grammatikalische Fehler störten offenbar nicht:

Die Zeit fliegt - Weihnachten naht!

Rechtzeitiger Einkauf spart Mühe und Aerger. Große Auswahl in allen Geschenk- und Gebrauchsartikeln jeder Preislage, sorgsamste Bedienung sind Zeichen dafür, Dass Das "Kadewe" in Bereitschaft





Werbung heute: Mediamarkt entlarvt sich selbst "Hier geht es um mich"



Textil-Werbung heute: C&A

Werbung heute: Edeka tote Welt



Werbung heute: Edeka toter Opa



