

Entwicklungstendenzen der deutschen Sprache (Lösungen)**1** Entwicklungstendenzen:

- a) „Balisto, natürlich nasch' ich.“ (Balisto)
 Ausgleich Ökonomisierung Internationalisierung
- b) „We love to entertain you.“ (ProSieben)
 Ausgleich Ökonomisierung Internationalisierung
- c) „Crisan ist sauteuer, aber es wirkt.“ (Crisan)
 Ausgleich Ökonomisierung Internationalisierung
- d) „There's no better way to fly.“ (Lufthansa)
 Ausgleich Ökonomisierung Internationalisierung
- e) „Essen gut, alles gut.“ (Knorr)
 Ausgleich Ökonomisierung Internationalisierung
- f) „Die behalt' ich gleich an.“ (Reno)
 Ausgleich Ökonomisierung Internationalisierung
- g) „We kehre for you.“ (BSR = Berliner Stadtreinigung)
 Ausgleich Ökonomisierung Internationalisierung
- h) „Es gibt immer was zu tun.“ (Hornbach)
 Ausgleich Ökonomisierung Internationalisierung
- i) „Ich bin doch nicht blöd.“ (Media Markt)
 Ausgleich Ökonomisierung Internationalisierung
- j) „Open your mind.“ (Lufthansa)
 Ausgleich Ökonomisierung Internationalisierung

— Quellen:

- a) „Balisto, natürlich nasch' ich.“ (Balisto). Unter: <http://balisto.de/> (Stand 10.06.2015) © 2014, Mars Incorporated.
 b) „We love to entertain you.“ (ProSieben). Unter: <http://www.prosieben.de/> (Stand 10.06.2015) © 2015 ProSiebenSat.1 Digital GmbH
 c) „Crisan ist sauteuer, aber es wirkt.“ (Crisan). Unter: <http://de.wikiquote.org/wiki/Werbespr%C3%BChe#C> (Stand 10.06.2015) © Lornamead GmbH
 d) „There's no better way to fly.“ (Lufthansa). Unter: <https://www.be-lufthansa.com/en/about-your-application/online-test-training/information/theres-no-better-way-to-fly/> (Stand 10.06.2015) © Deutsche Lufthansa AG
 e) „Essen gut, alles gut.“ (Knorr). Unter: http://www.markenlexikon.com/slogans_k.html (Stand 10.06.2015) © Unilever Deutschland GmbH
 f) „Die behalt' ich gleich an.“ (Reno). Unter: <http://www.slogans.de/slogans.php?GInput=behalt&SCheck=1> (Stand 10.06.2015) © Reno Schuh GmbH
 g) „We kehre for you.“ (BSR = Berliner Stadtreinigung). Unter: <http://www.bsr.de/11888.html> (Stand 10.06.2015) © Berliner Stadtreinigungsbetriebe
 h) „Es gibt immer was zu tun.“ (Hornbach). Unter: <http://www.hornbach.com/de/index.html> (Stand 10.06.2015) © HORNBACK-Baumarkt-AG
 i) „Ich bin doch nicht blöd.“ (Media Markt). Unter: <http://www.mediamarkt.de/mcs/shop/unternehmen/die-marke-media-markt.html> (Stand 10.06.2015) © Media Markt E-Business GmbH
 j) „Open your mind.“ (Lufthansa). Unter: <https://www.lufthansa.com/de/de/Homepage> (Stand 10.06.2015) © Deutsche Lufthansa AG

- 2** Deutsche mit geringen Englischkenntnissen haben den Slogan vermutlich wörtlich im Sinne von „Komme herein und finde aus dem Laden heraus“ übersetzt, anstatt im gemeinten Sinne „Komme herein und probiere aus“. Damit wurde der Slogan falsch verstanden, sodass er seine Werbefunktion nicht erfüllt hat.