

Literaturverzeichnis

- Aaker, David A.: Langfristige Marken-Strategien. In: Brandmeyer, Klaus; Deichsel, Alexander (Hrsg.): Jahrbuch Markentechnik 1997/98. Frankfurt/Main, 1997.
- Allport, Gordon W.: Die Natur des Vorurteils. Köln, 1971.
- Altgeld, Wolfgang: Das politische Italienbild der Deutschen zwischen Aufklärung und europäischer Revolution von 1848. Tübingen, 1984.
- Archenholtz, Johann Wilhelm von: England und Italien (Band 2). Hrsg.: Maurer, Michael. Nachdruck der dreiteiligen Erstausgabe von 1795. Heidelberg, 1993.
- Aszheimer, Ludwig: Der Markenartikel und seine wirtschaftliche Bedeutung. Gießen, 1932.
- Augel, August: Italienische Einwanderung und Wirtschaftstätigkeit in rheinischen Städten des 17. und 18. Jahrhunderts. Bonn, 1971.
- Axhausen, Silke; Feil, Christine: Zum Abbau von Vorurteilen bei Kindern und Jugendlichen. München, 1984.
- Bade, Klaus J.: Vom Auswanderungsland zum Einwanderungsland? Deutschland 1880-1980. Berlin, 1983.
- Bade, Klaus J.: Deutsche im Ausland – Fremde in Deutschland. Migration in Geschichte und Gegenwart. München, 1992.
- Bader, Sandra: Illusion und Wirklichkeit im deutschen Italienbild des 18. Jahrhunderts: Der Weimarer Italianist Christian Joseph Jagemann. Dissertation: Friedrich-Schiller-Universität Jena, Jena, 2003.
- Baumann, Stefan et. al.: MarkenRealitäten Ost. Die Studie zur erfolgreichen Markenführung in den Neuen Bundesländern. Hamburg, 1998.
- Behrens, K. Ch.: Absatzwerbung. Wiesbaden, 1963.
- Berekoven, Ludwig: Zum Verständnis und Selbstverständnis des Markenwesens. In: Markenartikel heute. Marke, Markt und Marketing. Wiesbaden, 1979.
- Berekoven, Ludwig: Geschichte des deutschen Einzelhandels. Frankfurt/Main, 1987.
- Bergler, Reinhold: Vorurteile – erkennen, verstehen, korrigieren. Köln, 1976.
- Beyer, Jürgen: Pfadabhängigkeit. Über institutionelle Kontinuität, anfällige Stabilität und fundamentalen Wandel. Frankfurt/Main, 2006.
- Bloch, Ernst: Arkadien und Utopien (Band 3). Frankfurt/Main, 1964.
- Bobbitt, Malcolm: Fiat 500 + 600. Suderburg, 1994.

Bolaffi, Angelo: Gli Stereotipi, L'Eterno Problema delle Relazioni Italo-Tedesche. In: Villa Vigoni. Deutsch-Italienisches Zentrum (Hrsg.): Mitteilungen, 05/ 2001. Tübingen, 2001.

Bolaffi, Angelo: Eine besondere Beziehung. In: Zeitschrift für Kulturaustausch, 02/2002. Stuttgart, 2002.

Bourdieu, Pierre: Zur Soziologie der symbolischen Formen. Frankfurt/Main, 1974.

Bourdieu, Pierre: Über das Fernsehen. Frankfurt/Main, 1995.

Brandmeyer, Klaus: Unterwegs in Sachen Marke. Aufsätze & Vorträge zur Markenführung. Hamburg, 1990.

Brandmeyer, Klaus; Deichsel, Alexander: Die magische Gestalt. Die Marke im Zeitalter der Massenware. Hamburg, 1991.

Brandmeyer, Klaus; Otte, Thomas: Marken I: Lebende Systeme mit Dynamik. In: Harvard-manager, 3/1992. Hamburg, 1992.

Brandmeyer, Klaus: Selbstähnlichkeit siegt. BMW gegen Mercedes. In: Brandmeyer, Klaus, Deichsel, A., Otte, T. (Hrsg.): Jahrbuch Markentechnik 1995. Frankfurt/Main, 1995.

Brandmeyer, Klaus: Biedermann, Benetton und die Brandstifter. In: Markenartikel, 05/1995. Hamburg, 1995.

Brandmeyer, Klaus; Deichsel, Alexander; Otte, Thomas: „Trotzdem“ – Das ist Marke. In: Markenartikel 12/95. Hamburg, 1995.

Brandmeyer, Klaus: Balanceakt zwischen Produkt und Marke. In: Horizont 1/96. Frankfurt/Main, 1996.

Brandmeyer, Klaus: Jedes Teil repräsentiert den Charakter des Ganzen. In: Blick durch die Wirtschaft, 28.06.1996. Frankfurt/Main, 1996.

Brandmeyer, Klaus: Biedermann, Benetton und die Brandstifter. In: Brandmeyer, Klaus; Deichsel, Alexander (Hrsg.): Jahrbuch Markentechnik 1997/98. Frankfurt/Main, 1997.

Brandmeyer, Klaus; Schmidt, Manfred: Der Genetische Code der Marke® als Management-Instrument. In: Unveröffentlichte Konferenz-Dokumentation des Instituts für Markentechnik Genf zum `2. Internationalen Markentechnikum®´ 1998. Genf, 1998.

Brandmeyer, Klaus: Selbstähnliche Markenführung – Die Gestalt-Gemeinschaft und der Einzelne. In: Brandmeyer, Klaus; Deichsel, Alexander (Hrsg.): Jahrbuch Markentechnik 2000/2001. Frankfurt/Main, 1999.

Brandmeyer, Klaus: Der Genetische Code der Marke® als Management-Instrument. In: Unveröffentlichte Seminar-Dokumentation zum Management-Seminar `Selbstähnliche Markenführung®´ vom 28. - 30. Oktober 1999. Genf, 1999.

- Brandmeyer, Klaus: Wenn Werbung und Verkaufsförderung nicht auf die Marke einzahlen. In: Unveröffentlichte Konferenzdokumentation des Instituts für Markentechnik Genf zum `4. Internationalen Markentechnikum®` 2000. Genf, 2000.
- Brandmeyer, Klaus: Die Evolution von Werbekampagnen. In: Unveröffentlichte Konferenz-Dokumentation des Instituts für Markentechnik Genf zum `4. Internationalen Markentechnikum®` 2000. Genf, 2000.
- Brandmeyer, Klaus; Rauhe, Hermann: Die selbstähnliche Wiederholung. Erfolgsprinzip aller populären Musik. In: Brandmeyer, Klaus; Deichsel, Alexander; Prill, Christian (Hrsg.): Jahrbuch Markentechnik 2002/2003. Frankfurt/Main, 2001.
- Brandmeyer, Klaus: Wandlungen des werbenden Sprechens oder Warum die Werbung ist wie sie ist. In: Brandmeyer, Klaus: Achtung Marke. Hamburg, 2002.
- Brandmeyer, Klaus: Markentechnik und ihre Umsetzung im Modemarkt. In: Brandmeyer, Klaus: Achtung Marke. Hamburg, 2002.
- Brinckmann, Albert Erich: Geist der Nationen. Hamburg, 1948.
- Brockhaus. Die Enzyklopädie (24. Band). Mannheim, 1996.
- Bronner, Kai; Hirt, Rainer: Audio Branding – Entwicklung, Anwendung, Wirkung akustischer Identitäten in Werbung, Medien und Gesellschaft. München, 2007.
- Buchli, Hanns: 6000 Jahre Werbung. Altertum und Mittelalter (Band 1). Berlin, 1962.
- Castronovo, Valerio: FIAT. Una storia del capitalismo italiano. Milano, 2005.
- Cahnmann, Werner J.: Ferdinand Tönnies. A new Evaluation. Washington, 1977.
- Celine, Louis-Ferdinand: Norden. Reinbek bei Hamburg, 1985.
- Cook, Guy: The Discourse of Advertising. London, 2001.
- Corni, Gustavo; Dipper, Christof. In: Corni, Gustavo; Dipper, Christof (Hrsg.): Italiani in Germania tra Ottocento e Novecento. Bologna, 2006.
- Deckert, Wolfram: Beitrag zur Soziologie des Werbewesens. Beziehungen und Gebilde im Werbewesen. Dissertation: Universität Köln. Köln, 1927.
- Deichsel, Alexander: Soziologie. Eine Einführung. Gütersloh, 1982.
- Deichsel, Alexander: Von Tönnies her gedacht. Soziologische Skizzen. Hamburg, 1987.
- Deichsel, Alexander: Il peccato originale del sociale. Ossia: perché l'uomo non è un essere sociale `per natura`. In: Annali di Sociologia. Università degli Studi di Trento. Trento, 1988.
- Deichsel, Alexander: Die Marke als sozialer Wille. Über die Bildung und Führung von Kundenschaft. In: Reigber, Dieter (Hrsg.): Social Networks. Neue Dimensionen der Marktführung. Düsseldorf, 1993.

Deichsel, Alexander: Nichts ist so praktisch wie das Schöne. In: Unveröffentlichte Seminar-Dokumentation zum Management-Seminar 'Selbständige Markenführung®' des Instituts für Markentechnik Genf vom 28.-30. Oktober 1999. Genf, 1996.

Deichsel, Alexander: Marke als Gestaltsystem. In: Brandmeyer, Klaus; Deichsel, Alexander (Hrsg.): Jahrbuch Markentechnik 1997/98, Frankfurt/Main, 1997.

Deichsel, Alexander: Marke. Das Recht auf Ungleichheit. In: Unveröffentlichte Konferenzdokumentation des Instituts für Markentechnik Genf zum '2. Internationalen Markentechnikum®' 1998. Genf, 1998.

Deichsel, Alexander: Markentechnische Beobachtungen zum Markenschutz. In: GRUR – Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht (Sonderdruck). Köln, 1998.

Deichsel, Alexander: Herkunft, Geschichte, Vorurteil – Energiefelder im internationalen Wettbewerb. In: Brandmeyer, Klaus; Deichsel, Alexander (Hrsg.): Jahrbuch Markentechnik 2000/2001. Frankfurt/Main, 1999.

Deichsel, Alexander: Vom Resonanzfeld zur Resonanzidee: Über die Ökonomie kultureller Muster. In: Deichsel, Alexander; Brandmeyer, Klaus; Prill, Christian (Hrsg.): Jahrbuch Markentechnik 2002/2003. Frankfurt/Main, 2001.

Deichsel, Alexander: Markensoziologie. Frankfurt/Main, 2006.

Deichsel, Alexander: Kommentar. In: Leibniz, Gottfried Wilhelm: Monadologie (Sonderausgabe Institut für Markentechnik Genf). Genf, 2006.

Deichsel, Alexander: Luxusmarken sind Vorbilder der Markenführung. In: Marketingjournal 7/8 2007. Hamburg, 2007.

Deichsel, Alexander: Gestaltschlussfolgerungen managen. In: Deichsel, Alexander; Schmidt, Manfred (Hrsg.): Jahrbuch Markentechnik 2008/2009. Frankfurt/Main, 2008.

Deichsel, Alexander: Der globalisierte Markt ist das Wettbewerbsfeld der Herkünfte. In: Deichsel, Alexander; Schmidt, Manfred (Hrsg.): Jahrbuch Markentechnik 2008/2009. Frankfurt/Main, 2008.

Del Fabbro, René: Immigrati stagionali nel Reich prima del 1914. In: Corni, Gustavo; Dipper, Christof (Hrsg.): Italiani in Germania tra Ottocento e Novecento. Bologna, 2006.

Diez, Willi: Grundlegende Potenziale von Tradition im Markenmanagement. In: Herbrand, Nicolai O.; Röhrig, Stefan (Hrsg.): Die Bedeutung der Tradition für die Markenkommunikation - Konzepte und Instrumente zur ganzheitlichen Ausschöpfung des Erfolgspotenzials. Stuttgart, 2006.

Markenhistorie. Stuttgart, 2006, S. 186-187. Dillmann, Eduard: Eine neue Darstellung der Leibnizischen Monadenlehre. Leipzig, 1891.

Disselkamp, Martin: Ein Held auf Reisen. Verfahrenweisen und Programmatik politischer Repräsentation in den Italien-Kapiteln aus Sigmund von Birken 'Brandenburgischem Ulyses' (1668). In: Ihring, Peter; Wolfzettel, Friedrich (Hrsg.): Deutschland und Italien. 300 Jahre kultureller Beziehungen. Berlin, 2004.

Domizlaff, Hans: Die Gewinnung des öffentlichen Vertrauens. Hamburg, 1992.

Dürrenmatt, Peter: Umgang mit den Deutschen – Über den Versuch Völker zu charakterisieren. In: Aus Politik und Zeitgeschichte (Band 15), Juni 1965. Bonn, 1965.

Ehrenfels, Christian von: Über Gestaltqualitäten. In: Schering, Malmsten: Ganzes und Teil bei der sozialen Gemeinschaft. Dissertation: Universität Berlin. Berlin, 1927.

Eilert, Hildegard: Wilhelm Müllers Rom, Römer und Römerinnen und das deutsche Italien-Bild. In: Hausmann, Frank-Rutger (Hrsg.): Italien und Germanien. Deutsche Italien-Rezeption von 1750 bis 1850. Tübingen, 1996.

Emrich, Wilhelm: Geist und Widergeist – Wahrheit und Lüge in der Literatur. Frankfurt/Main, 1965.

Erb, Rainer: Die Diskriminierung von Minderheiten. Wie entstehen Vorurteile? In: Lengfeld, Holger (Hrsg.): Entfesselte Feindbilder. Berlin, 1995.

Erl, Astrid: Kollektives Gedächtnis und Erinnerungskulturen. Stuttgart, 2005.

Erriichiello, Oliver; Groß, Andreas; Pirck, Peter; Postler, Annika: Forschungsbericht 2002/2003. In: Brandmeyer, Klaus; Deichsel, Alexander; Prill, Christian (Hrsg.): Jahrbuch Markentechnik 2002/2003. Frankfurt/Main, 2001.

Erriichiello, Oliver; Zschiesche, Arnd: Abstrakt bringt nichts. In: Möbelmarkt 09/2007. Nürnberg, 2007.

Erriichiello, Oliver; Zschiesche, Arnd: Positive Vorurteile – Segensreiche Wirkungen. In: Deichsel, Alexander; Schmidt, Manfred: Jahrbuch Markentechnik 2008/2009. Frankfurt/Main, 2008.

Erriichiello, Oliver; Zschiesche, Arnd: Markenkraft im Mittelstand. Was Manager von Schwarzenegger und dem Papst lernen können. Wiesbaden, 2008.

Esch, Franz-Rudolf /Wicke, Andreas: Herausforderungen und Aufgaben des Markenmanagements. In: Esch, F.-R. (Hrsg.): Moderne Markenführung, Grundlagen – Innovative Ansätze – Praktische Umsetzungen. Wiesbaden, 2001.

Esch, Franz-Rudolf; Ambrecht, Wolfgang: Best Practice der Markenführung. Wiesbaden, 2009.

Estel, Bernd: Soziale Vorurteile und soziale Urteile. Kritik und wissenssoziologische Grundlegung der Vorurteilsforschung. Opladen, 1983.

Favero, Luigi; Tassello, Graziano: Cent` anni di emigrazione italiana (1876-1976). Rom, 1978.

- Ferraris, Luigi Vittorio: Wenn schon, denn schon – aber ohne Hysterie. An meine deutschen Freunde. München, 1988.
- Ferraris, Luigi Vittorio: Eine besondere Beziehung. In: Zeitschrift für Kulturaustausch, 02/2002. Stuttgart, 2002.
- Fest, Joachim: Drehbücher statt Kunstprobleme. In: Zeitschrift für Kulturaustausch, 02/2002. Stuttgart, 2002.
- Fiske, Susan; Taylor, Shelly E.: Social Cognition. New York, 1991.
- Förster, Jens: Kleine Einführung in das Schubladendenken. München, 2007.
- Francois, Etienne; Schulze, Hagen: Deutsche Erinnerungsorte. Eine Auswahl. München, 2005.
- Franzen, Giep: Brands & Advertising. How advertising effectiveness influence brand equity. Oxfordshire, 1999.
- Freud, Sigmund: Massenpsychologie und Ich-Analyse. Frankfurt/Main, 1999.
- Fromm, Erich: Märchen, Mythen, Träume. Reinbek, 1999.
- Gabler Wirtschafts-Lexikon (Band 3). Wiesbaden, 1997.
- Gabra, Ivo Ilic; Consoli, Lorenzo: In Europa tornano i `caratteri nazionali`. In: Rivista italiana geopolitica. Roma, 1997.
- Gloor, Roger: Nachkriegswagen. Personenautos 1945-1960. Bern/Stuttgart, 1980.
- Goethe, Johann Wolfgang von: Morphologie. In: Goethes Werke. Naturwissenschaftliche Schriften (Band 13). München, 1994.
- Goethe, Johann Wolfgang von: Italienische Reise. Auch ich in Arkadien. München, 2007.
- Halbwachs, Maurice: Das Gedächtnis und seine sozialen Bedingungen. Frankfurt/Main, 1985.
- Hall, Stuart: Rassismus und kulturelle Identität. Ausgewählte Schriften. Hamburg, 1994.
- Hammermann, Gabriele: Gli internati militari italiani (1943-1945). In: Corni, Gustavo; Dipper, Christof (Hrsg.): Italiani in Germania tra Ottocento e Novecento. Bologna, 2006.
- Hass, Stefan: Die neue Welt der Bilder. Werbung und visuelle Kultur der Moderne. In: Borscheid, Peter; Wischermann, Clemens (Hrsg.): Bilderwelt des Alltags. Werbung in der Konsumgesellschaft des 19. und 20. Jahrhunderts. Stuttgart, 1995.
- Haug, Wolfgang Fritz: Kritik der Warenästhetik. Frankfurt/Main, 1990.
- Hausmann, Frank-Rutger: `Italien in Germanien`. Deutsche Italien-Rezeption von 1750 bis 1850. Symposium der Stiftung Weimarer Klassik Herzogin Anna Amalia Bibliothek, Schiller Museum 24. bis 26. März 1994. In: Hausmann, Frank-Rutger (Hrsg.): Italien und Germanien. Deutsche Italien-Rezeption von 1750 bis 1850. Tübingen, 1996.

- Heberle, Klaus H.: Ferdinand Tönnies's Theory of Social Change. In: Ferdinand Tönnies in USA. Recent Analyses by American Scholars. Hamburg, 1989.
- Heitmann, Klaus; Scamardi, Teodoro (Hrsg.): Deutsches Italienbild und italienisches Deutschlandbild im 18. Jahrhundert. Tübingen, 1993.
- Hellmann, Kai-Uwe: Die Soziologie der Marke. Frankfurt/Main, 2003.
- Herder, Johann Gottfried: Gedichte (Erster Theil). Berlin, 1879.
- Heymann, Jochen: Gian Ludovico Bianconi und Johann Joachim Winckelmann. Anmerkungen zur Entstehung des klassischen deutschen Italienbildes. In: Heitmann, Klaus; Scamardi, Teodoro (Hrsg.): Deutsches Italienbild und italienisches Deutschlandbild im 18. Jahrhundert. Tübingen, 1993.
- Hillmann, Karl-Heinz : Wörterbuch der Soziologie. Stuttgart, 1994.
- Hollmer, Heide: Zwischen Enthusiasmus und Dilletantismus. Die Briefe über Italien der Herzoginmutter Anna Amalia von Sachsen-Weimar-Eisenach. In: Heitmann, Klaus; Scamardi, Teodoro (Hrsg.): Deutsches Italienbild und italienisches Deutschlandbild im 18. Jahrhundert. Tübingen, 1993.
- Homann, Timm: Die Marke als Instanz der strategischen Unternehmensführung. Ein Beitrag zur markentechnischen Führungslehre. Dissertation: Universität Hamburg, Hamburg, 1999.
- Horkheimer, Max: Über das Vorurteil. In: Arbeitsgemeinschaft für Forschung des Landes Nordrhein-Westfalen (Hrsg.), Heft 108. Köln, 1962.
- Hundhausen, Carl: Wesen und Formen der Werbung. Essen, 1954.
- Hüllemann, Niko M. O.: Vertrauen ist gut – Marke ist besser. Eine Einführung in die Systemtheorie der Marke. Heidelberg, 2007.
- Hurst, Clive: Foreword. In: The Bodleian Library: A Nation of Shopkeepers. Trade Ephemera from 1654 to the 1860s in the John Johnson Collection. Oxford, 2001.
- Ihlenfeld, Christiane: Kreativität und Vorurteil – Soziale Kreativität – Eine Möglichkeit zum Abbau vorurteilsfreier Einstellungen. Dissertation: Universität Münster. Münster, 1987.
- Kafka, Hans: Benito Mussolini. Gedanken und Worte. Leipzig/Wien, 1935.
- Kant, Immanuel: Erste Einleitung in die Kritik der Urteilskraft. Hamburg, 1990.
- Kapferer, Jean-Noel: Die Marke. Kapital des Unternehmens. Landsberg/Lech. 1992.
- Kapferer, Jean-Noel: Marke und Ebenbild. In: Unveröffentlichte Konferenzdokumentation des Instituts für Markentechnik Genf zum '1. Internationalen Markentechnikum®' 1997. Genf, 1997.
- Karsten, Anitra: Vorurteil. Ergebnisse psychologischer und sozialpsychologischer Forschung. Darmstadt, 1978.

Klein, Naomi: No Logo. London, 2000.

Kluge, Friedrich; Seebold, Elmar: Etymologisches Wörterbuch der deutschen Sprache. Berlin, 2002.

Kotler, Philip; Bliemel, Friedhelm: Marketing-Management. Stuttgart, 1995.

König, Theodor: Reklame-Psychologie. Ihr gegenwärtiger Stand – ihre praktische Bedeutung. Berlin, 1924.

Körper, Sebastian: Editorial. In: Zeitschrift für Kulturaustausch, 02/2002. Stuttgart, 2002.

Kracauer, Siegfried: Die Angestellten. Leipzig/Weimar, 1981.

Kroeber-Riel, Werner; Weinberg, Peter: Konsumentenverhalten. München, 1996.

Kühn, Dietrich: Der Markenartikel. Wesen und Begriff, seine Entwicklung in der Literatur. Berlin, 1963.

Lamberty, Christiane: Reklame in Deutschland 1890-1914. Wahrnehmung, Professionalisierung und Kritik der Wirtschaftswerbung. Berlin, 2000.

Langer, Roy: Die Darstellung Deutschlands in dänischen Medien. Wiesbaden, 2003.

Le Bon, Gustave: Psychologie der Massen. Stuttgart, 1982.

Leibniz, Gottfried Wilhelm: Monadologie (Sonderausgabe des Instituts für Markentechnik Genf). Genf, 2006.

Leibniz, Gottfried Wilhelm: Monadologie. Frankfurt/Main, 1962.

Leitherer, Eugen: Die Entwicklung der modernen Markenformen. In: Der Markenartikel, Nr. 17. Hamburg, 1955.

Leitherer, Eugen: Werbelehre. Stuttgart, 1966.

Lewandowski, Jürgen: Fiat-Automobile. Die dynamische Entwicklung eines Weltkonzerns. München, 1989.

Liermann, Christiane: Blicke auf Italien. Deutsche Berichterstattung zwischen 1968 und 1978. In: Villa Vigoni. Deutsch-Italienisches Zentrum (Hrsg.): Mitteilungen. Tübingen, 10/2001.

Lill, Rudolf: Einleitung. In: Ara, Angelo/Lill, Rudolf (Hrsg.): Das deutsche Italienbild und das italienische Deutschlandbild in der Zeit der nationalen Bewegungen 1830-1870. Bologna, 1989.

Luhmann, Niklas: Soziale Systeme. Frankfurt/Main, 1984.

Luhmann, Niklas: Die Gesellschaft der Gesellschaft. Frankfurt/Main, 1997.

- Luhmann, Niklas: Vertrauen. Ein Mechanismus der Reduktion sozialer Komplexität. Stuttgart, 2000(a).
- Luhmann; Niklas: Organisation und Entscheidung. Opladen, 2000(b).
- Luhmann, Niklas: Einführung in die Systemtheorie. Heidelberg, 2002.
- Maisak, Petra: Et in Arcadia ego. Anmerkungen zur Entwicklung des arkadischen Wunschbildes in Italien und zur Rezeption der Goethezeit. In: Manger, Klaus (Hrsg.): Italienbeziehungen des klassischen Weimar. Tübingen, 1997.
- Mantelli, Brunello: Il trasferimento di manodopera italiana nel Terzo Reich, 1938-1943: Un'emigrazione gestita dallo Stato. In: Corni, Gustavo; Dipper, Christof (Hrsg.): Italiani in Germania tra Ottocento e Novecento. Bologna, 2006.
- Marx, Karl: Das Kapital. Berlin (Ost), 1973.
- Mataja, Viktor: Geleitwort. In: Ruben, Paul: Die Reklame. Ihre Kunst und Wissenschaft. Berlin, 1913 (Nachdruck von 1977).
- Mathews, Ryan; Wacker, Watts: Bunte Hunde. Mit abseitigen Ideen zum Erfolg. Hamburg, 2003.
- Maturana, Humberto R.; Valera, Francisco J.: Der Baum der Erkenntnis. Die biologischen Wurzeln des menschlichen Erkennens. München, 1992.
- Maucher, Helmut: Vom Glück, im Vogelnest zu leben. In: Brandmeyer, Klaus; Deichsel, Alexander; Otte, Thomas (Hrsg.): Jahrbuch Markentechnik 1995. Frankfurt/Main, 1995.
- Mazza Moneta, Elisabetta: Deutsche und Italiener: Der Einfluß von Stereotypen auf die interkulturelle Kommunikation. Frankfurt, 1999.
- Meffert, Heribert: Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. Wiesbaden, 1998 (8. Auflage).
- Meffert, Heribert: Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. Wiesbaden, 2000 (9. Auflage).
- Meier, Albert: Das Land zum Buch. Klassische Literatur und Italienwahrnehmung im 18. Jahrhundert. In: Heitmann, Klaus; Scamardi, Teodoro (Hrsg.): Deutsches Italienbild und italienisches Deutschlandbild im 18. Jahrhundert. Tübingen, 1993.
- Michelsen, Peter: Das Italienbild in Wilhelm Heinses Ardinghello. In: Heitmann, Klaus; Scamardi, Teodoro (Hrsg.): Deutsches Italienbild und italienisches Deutschlandbild im 18. Jahrhundert. Tübingen, 1993.
- Miller; Max: Selbstreferenz und Differenzierung. Einige Überlegungen zu Luhmanns Theorie sozialer Systeme. In: Haferkamp, Hans; Schmid, Michael (Hrsg.): Sinn, Kommunikation und soziale Differenzierung. Beiträge zu Luhmanns Theorie sozialer Systeme. Frankfurt/Main, 1987.

- Morandi, Elia: Italiener in Hamburg. Migration, Arbeit und Alltagsleben vom Kaiserreich bis zur Gegenwart. Dissertation: Universität Hamburg. Hamburg, 2002.
- Moritz, Karl Philipp: Werke (Band 2). Hrsg.: Günter, Horst. Frankfurt/Main, 1981.
- Müller, Wilhelm: Rom, Römer und Römerinnen. Berlin (Ost), 1983.
- Noelle-Neumann, Elisabeth: Das Stereotyp als Verkehrsmittel der öffentlichen Meinung. In: Lippmann, Walter (Hrsg.): Die öffentliche Meinung. Bochum, 1990.
- Nooteboom; Cees: Tiefe Wasser, letzte Riten. In: Die Zeit, Nr. 42 vom 09.10.2003. Hamburg, 2003.
- Nordenskjöld, Fritjof von: Auswärtige Kulturpolitik: Rückzug aus Europa? In: Zeitschrift für Kulturaustausch, 02/2002. Stuttgart, 2002.
- Ogilvy, David: Was mir wichtig ist. Provokative Einsichten eines Werbemanns. Düsseldorf, 1988.
- Ortega y Gasset, José: Der Aufstand der Massen. Hamburg, 1956.
- Otte, Thomas: Marke als System. Hamburg, 1993.
- Pahnke-Leimbach, Susanne: Qualität ist alles und doch nicht. In: DLG e.V. (Hrsg.): Herausforderung Qualität. Erfolgswege zur Profilierung im Markt. Frankfurt/Main, 2007.
- Petersen, Jens: Italienisches Chaos als Modell für Europa? In: Zeitschrift für Kulturaustausch, 02/2002. Stuttgart, 2002.
- Peitgen, Heinz-Otto; Jürgens Hartmut: Fraktale. Gezähmtes Chaos. München, 1990.
- Peitgen, Heinz-Otto: Wie einfache Regeln den Zufall kontrollieren. In: Unveröffentlichte Konferenzdokumentation des Instituts für Markentechnik Genf zum '2. Internationalen Markentechnikum®' 1998. Genf, 1998.
- Pirck, Peter: Marke ist machbar. In: Planung & Analyse (Sonderdruck), 03/2005. Frankfurt/Main, 2005.
- Poppelbaum, Wolfgang: Versicherungsbetrug kommt nicht von ungefähr. In: Brandmeyer, Klaus; Deichsel, Alexander (Hrsg.): Jahrbuch Markentechnik 1997/98. Frankfurt/Main, 1997.
- Prange, Peter: Die Werbekampagne, die dem Panda Beine machte. In: Rudolph, Ekkehart (Hrsg.): Die tolle Kiste. Geschichte, Plaudereien, Betrachtungen rund ums kleine Auto. Stuttgart/Wien, 1991.
- Prosch, Bernhard; Christian, Bernhard: Außenseiterin oder Heilsbringerin? Eine Auseinandersetzung mit der Gestaltpädagogik in Schule und Hochschule. In: Prosch, Bernhard; Christian, Bernhard (Hrsg.): Hilft Gestalt? Arbeits- und Diskussionspapiere des Lehrstuhls für Soziologie & Empirische Sozialforschung, Universität Erlangen-Nürnberg. Erlangen-Nürnberg, 2006.

- Ratzinger, Joseph (Papst Benedikt XVI.): Jesus von Nazareth. Freiburg/Basel/Wien, 2007.
- Reeves, Rosser: Werbung ohne Mythos. München, 1963.
- Regenery, Claudia: Die Deutsche Werbeforschung 1900-1945. Münster, 2003.
- Reinhardt, Dirk: Von der Reklame zum Marketing. Geschichte der Wirtschaftswerbung in Deutschland. Berlin, 1993.
- Renan, Ernest: Was ist eine Nation? Rede am 11. März 1882 an der Sorbonne. Hamburg, 1996.
- Rieker, Yvonne: L'emigrazione italiana nella Repubblica Federale Tedesca. in: Corni, Gustavo; Dipper, Christof (Hrsg.): Italiani in Germania tra Ottocento e Novecento. Bologna, 2006.
- Rieker, Yvonne: Ein Stück Heimat findet man ja immer. Die italienische Einwanderung in die Bundesrepublik. Essen, 2003.
- Rönneburg, Carola: Grazie mille! Wie die Italiener unser Leben verschönert haben. Freiburg, 2005.
- Rusconi, Gian Enrico: Deutschland-Italien. Italien-Deutschland. Geschichte einer schwierigen Beziehung von Bismarck bis zu Berlusconi. Paderborn, 2006.
- Scheier, Christian; Held, Dirk: Was Marken erfolgreich macht. Neuropsychologie in der Markenführung. Freiburg/Berlin/München, 2009.
- Schering, Malmsten: Gestalttheorie und Soziologie. In: Ethos. Berlin, 1926/27.
- Schindling, Anton: Bei Hofe und als Pomeranzenhändler: Italiener im Deutschland der frühen Neuzeit. In: Bade, Klaus (Hrsg.): Deutsche im Ausland – Fremde in Deutschland. Migration in Geschichte und Gegenwart. München, 1992.
- Schmidt, Manfred: Marken im Bermuda-Dreieck. Wo Unternehmen ihr Geld versenken. Und wie sie es wieder heben können. Frankfurt/Main, 2003.
- Schmid, Thomas: Rasender Stillstand. In: Zeitschrift für Kulturaustausch, 02/2002. Stuttgart, 2002.
- Schneider, Peter: Gute Klischees, Schlechte Klischees. In: Zeitschrift für Kulturaustausch, 02/2002. Stuttgart, 2002.
- Schneider, Willy: McMarketing. Einblicke in die Marketing-Strategie von McDonald's. Wiesbaden, 2007.
- Schooler, R.D.: Product bias in the Central American Common Market. In: Journal of Marketing Research No. 2. Chicago, 1965.
- Schreiber, Gerhard: Die italienischen Militärinternierten im deutschen Machtbereich 1943 bis 1945. Verraten – Verachtet – Vergessen. München, 1990.

Schroeder, Manfred.: Fraktale, Chaos und Selbstähnlichkeit. Heidelberg, 1994.

Schuldt, Christian: Systemtheorie. Hamburg, 2003.

Schulze, Winfried: Die Entstehung des nationalen Vorurteils. Zur Kultur der Wahrnehmung fremder Nationen in der europäischen Frühen Neuzeit (überarbeitete Fassung eines Vortrages). Seelze/Velber, 1995.

Severigni, Beppe: Überleben in Italien ... ohne verheiratet, überfahren oder verhaftet zu werden. München, 2005.

Seiffert, Rudolf: Wirtschaftliche Werbelehre. Wiesbaden, 1951.

Silbermann, Alphons: Diskussion (88. Sitzung am 18.04.1962 in Düsseldorf). In: Horkheimer, Max: Über das Vorurteil. Hrsg.: Arbeitsgemeinschaft für Forschung des Landes Nordrhein-Westfalen, Heft 108. Köln, 1962.

Sloterdijk, Peter: Die Verachtung der Massen. Versuch über Kulturkämpfe in der modernen Gesellschaft. Frankfurt/Main, 2000.

Sombart, Werner: Die Reklame. In: Der Morgen (Wochenzeitschrift für deutsche Kultur), 06.03.1908. Berlin, 1908.

Springinsfeld, Leopold: Fünf Ursachen von Marke – und eine sechste. In: Brandmeyer, Klaus; Deichsel, Alexander (Hrsg.): Jahrbuch Markentechnik 1997/98. Frankfurt/Main, 1997.

Springinsfeld, Leopold: Die Kultur der Marke. Frankfurt/Main, 2007.

Statistisches Bundesamt: Wichtigste Handelspartner der Bundesrepublik Deutschland im Jahr 2006. Wiesbaden, 2007.

Steininger, Fred: 100 Jahre Fiat Personenwagen. Brilon, 1999.

Stierle, Karlheinz: Italienische Renaissance und deutsche Romantik. In: Heitmann, Klaus; Scarmardi, Teodoro (Hrsg.): Deutsches Italienbild und italienisches Deutschlandbild im 18. Jahrhundert. Tübingen, 1993.

Strasser, Susan: Satisfaction Guaranteed. The Making of American Mass Market. New York, 1989.

Surowiecki, James: Die Weisheit der Vielen. München, 2007.

Toscani, Oliviero: Die Werbung ist ein lächelndes Aas. Köln, 1998.

Tönnies, Ferdinand: Die Sitte. Frankfurt/Main, 1909.

Tönnies, Ferdinand: Ansprache des Präsidenten zur Eröffnung des Dritten Deutschen Soziologentages. In: Verhandlungen des Dritten Deutschen Soziologentages, Jena, 24.-25.09.1922. Jena, 1922.

Tönnies, Ferdinand: Einführung in die Soziologie. Stuttgart, 1981.

- Tönnies, Ferdinand: *Gemeinschaft und Gesellschaft. Grundbegriffe der Reinen Soziologie.* Darmstadt, 1991.
- Trout, Jack: *Differentiate or Die. Survival in Our Era of Killer Competition.* Hoboken, New Jersey, 2008.
- Twitchell, James: *Adcult US. The Triumph of Advertising in American Culture.* New York, 1996.
- Unternehmenschronik Fiat 1899-1999. Mailand, 1999. (*Keine Autorennennung*)
- Vasata, Vilim: *Marke als Fetisch.* In: Deichsel, Alexander (Hrsg.): *Die produktive Distanz.* Hamburg, 1987.
- Vasata, Vilim: *Radical Brand. Überleben in der Sintflut.* Berlin, 2000.
- Vester, Heinz-Günter: *Kollektive Identitäten und Mentalitäten. Von der Völkerpsychologie zur kulturvergleichenden Soziologie und interkulturellen Kommunikation.* Frankfurt/Main, 1994.
- Vökl, Michael: *Das Deutschlandbild Alcide De Gasperis.* Dissertation: Universität München. München, 2004.
- Waller, Gregor; Süß, Daniel; Bircher, Markus: *Die Markenpersönlichkeit als psychologischer Faktor der Markenwirkung. Entwicklung eines Instruments zur Analyse von Markenkommunikation und Markenbeziehungen. Hochschule für Angewandte Psychologie Zürich (Forschungsbericht zur Projektphase 06/2005).* Zürich, 2005.
- Walther, Manfred: *Hundert Jahre Gemeinschaft und Gesellschaft.* Opladen, 1991.
- Wehle, Winfried: *Die Wahrheit im Einzelnen. Ein ungeschriebenes Kapitel der Italienischen Reise. Goethe, Foscolo und die 'jungen Leute' von 1806.* In: Hausmann, Frank-Rutger (Hrsg.): *Italien und Germanien. Deutsche Italien-Rezeption von 1750 bis 1850.* Tübingen, 1996.
- Weiguny, Bettina: *Die geheimnisvollen Herren von C&A.* München, 2007.
- Wezsäcker, Carl Christian von: *Der Faktor Vertrauen in gewachsenen und neuen Strukturen.* In: *Unveröffentlichte Konferenzdokumentation des Instituts für Markentechnik zum '3. Internationalen Markentechnikum®'.* Genf, 1999.
- Wezsäcker, Carl Christian von: *Vertrauen als Koordinationsmechanismus.* In: Brandmeyer, Klaus; Deichsel, Alexander; Prill, Christian (Hrsg.): *Jahrbuch Markentechnik 2002/2003.* Frankfurt/Main, 2001.
- Wilke, Helmut: *Systemtheorie.* Stuttgart/Jena, 1993.
- Williams, Raymond: *The magic System.* In: *New Left Review.* London, 1960.
- Winckelmann, Johann Joachim: *Brief an Konrad Friedrich Uden.* In: Haufe, Eberhard (Hrsg.): *Deutsche Briefe aus Italien – Von Winckelmann bis Gregorovius.* München, 1987.

Wolkomir, Richard; Wolkomir, Joyce: You are what you buy. In: Smithsonian. Washington, 01.10.2000.

Wolter, Stefanie: Die Vermarktung des Fremden : Exotismus und die Anfänge des Massenkonsums. Frankfurt/Main, 2005.

Zernisch, Peter: Markenglauben managen. Eine Markenstrategie für Unternehmer. Weinheim, 2003.

Zimbardo, Philip G.: Psychologie. Augsburg, 1995.

Zschiesche, Arnd: Ein Positives Vorurteil gegenüber. Mercedes-Benz als Gestaltssystem. Ein markensoziologischer Beitrag zur Vorurteilsforschung. Zürich, 2007.

Zschiesche, Arnd; Errichiello, Oliver: Erfolgsgeheimnis Ost. Survival-Strategien der besten Marken – und was Manager daraus lernen können. Wiesbaden, 2009.

Deutsche Zeitungen/Zeitschriften

ADAC motorwelt, München

Aus Politik und Zeitgeschichte, Bonn

Blick durch die Wirtschaft, Frankfurt/Main

brand eins, Hamburg

Ethos, Berlin

Europe MotorNews

Der Morgen, Berlin

Der Spiegel, Hamburg

Der Tagesspiegel, Berlin

Die Zeit, Hamburg

Frankfurter Allgemeine Zeitung, Frankfurt/Main

Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung, Frankfurt/Main

Geschichte in Wissenschaft und Unterricht (GWU), Seelze/Velber

Hamburger Echo, Hamburg

Harvard Businessmanager, Hamburg

Horizont, Frankfurt/Main

Markenartikel heute, Wiesbaden

Marketingjournal, Hamburg

Möbelmarkt, Nürnberg

NZZFolio, Zürich

Planung&Analyse, Frankfurt/Main

Süddeutsche Zeitung, München

Welt am Sonntag, Hamburg (bis 2008)

Zeitschrift für Kulturaustausch, Stuttgart

Englische Zeitschriften

International Harald Tribune, Neuilly-sur-Seine

Journal of Marketing Research, Chicago

Italienische Zeitschriften

Revista italiana geopolitica, Rom

Broschüren

Autohaus Forum Fiat/Beilage der Zeitschrift Autohaus, München

Lufthansa Exclusive Magazin, Hamburg

Jahresbericht der Deutschen Bank 2006, Frankfurt/Main

75 Jahre Fiat in Heilbronn, Heilbronn

80 Jahre Fiat in Deutschland, Heilbronn

Internetseiten

Autobild. Ausgabe vom 11.10.2002. Zugriff aus dem Internetarchiv unter:

URL:http://www.autobild.de/artikel/Fiat-krise_38849.html am 31.08.08.

Die Zeit. Ausgabe 03/2003. Zugriff aus dem Internetarchiv unter:

URL:<http://www.zeit.de/2003/06/Fiat-Kasten> am 31.08.2008.

Frankfurter Allgemeine Zeitung. Ausgabe vom 10.10.2002. Zugriff aus dem Internetarchiv unter:

URL:http://www.faz.net/s/RubC9401175958F4DE28E143E6888825F6/Doc~E8DBAC9A5162C49B08F9E325DB7850D8A~ATpl~Ecommon~Scontent.html?rss_googlefeed_wirtschaft am 31.08.2008.

Hamburger Abendblatt. Ausgabe vom 18.07.2005. Zugriff aus dem Internetarchiv unter:

URL: <http://www.abendblatt.de/daten/2005/07/18/460273.html> am 01.05.2008.

NZZ Folio (Internet) Ausgabe 05/2001. Zugriff aus dem Internetarchiv unter:

URL: <http://www.nzzfolio.ch/www/d80bd71b-b264-4db4-afd0-277884b93470/showarticle/9cd1185f-98a6-49ee-8b33-106753f4f0f6.aspx> am 29.03.2011.

Radeberger Homepage: Zugriff unter:

URL: http://www.radeberger.de/www/reb_home.nsf/VID/OBRR-5FTKH4?Open&skip=intro am 02.01.2008.

SLOGANS.DE. Zugriff aus dem Internetarchiv unter:

URL: <http://www.slogans.de/magazine.php?Op=Quotes&Site=2> am 02.02.2008.

Spiegel-Online. Zugriff aus dem Internetarchiv unter:

URL: <http://www.spiegel.de/wirtschaft/0,1518,548597,00.html> am 03.05.2008.

Spiegel-Online. Ausgabe vom 30.06.2006. Zugriff unter aus dem Internetarchiv unter:

URL:<http://www.spiegel.de/auto/aktuell/0,1518,424092,00.html> am 19.08.2008.

VerbraucherNews. Ausgabe vom 07.05.1999. Zugriff unter:

URL: <http://www.verbrauchernews.de/urlaub/0000001526.html> am 25.08.2007.

Wikipedia. Zugriff unter URL:http://de.wikipedia.org/wiki/Fiat_Panda am 20.02.2009.

Wikiquote. Zugriff unter URL: http://de.wikiquote.org/wiki/Thomas_von_Aquin am 06.03.2008.

Wikiquote. Zugriff unter URL: http://de.wikiquote.org/wiki/Friedrich_Nietzsche am 10.05.2008.

werben&verkaufen Internetausgabe. Ausgabe vom 10.05.2006. Zugriff unter:
URL: http://www2.wuv.de/studiendatenbank/studien_detail.php?nr=1147172635 am 25.08.2007.

Weitere Quellen

Deutschlandfunk: Redemanuskript der Sendung Kalenderblatt, Köln

Abbildungsverzeichnis

- Abb. 1: *Reiseprospekt, 1930*
- Abb. 2: *VW-Werbung, 2007*
- Abb. 3: *Kreditkartenmotive Deutsche Bank, alt und neu*
- Abb. 4: *Ergebnisse der Kreditkartenstudie Deutsche Bank*
- Abb. 5: *Nivea-Werbung, 1925*
- Abb. 6: *Nivea-Werbung, 1999*
- Abb. 7: *Quantitative Entwicklung der Produktwelten*
- Abb. 8: *Antike Werbung einer Weinstube in Pompeji an der Via dell'Abbondanza*
- Abb. 9: *Flugblatt-Werbung für einen Londoner Rattenfänger, 1791*
- Abb. 10: *Werbung für den Maler Dieu in Paris, 1698*
- Abb. 11-14: *Benetton Werbekampagne, 1982-2000*
- Abb. 15: *ALDI Werbung, 2007*
- Abb. 16: *ALDI Prospektkopf (Ausschnitt), 2008*
- Abb. 17: *Penny Markt-Werbebrochure (Ausschnitt), 2008*
- Abb. 18: *C&A Werbung, 1911*
- Abb. 19: *AUDI-Fernsehspot, 2007*
- Abb. 20: *Werbung Deutsche Post, 2008*
- Abb. 21: *Marlboro-Werbung in den USA, 1940*
- Abb. 22-23: *Marlboro-Werbung in den USA, 1955/1968*
- Abb. 24-27: *Absolut Vodka Werbung, 1999*
- Abb. 28-30: *Werbekampagne zum Start der Welt Kompakt, 2005*
- Abb. 31: *Werbepostkarte der Firma Steiner mit Deutschem Kronprinzenpaar, 1910*
- Abb. 32: *Werbung ThyssenKrupp, 2008*
- Abb. 33: *DHL Werbung, 2009*
- Abb. 34: *Titelbild „Der Spiegel“, 25.07.1977*
- Abb. 35: *„Et-in-Arcadia-ego“ von Giovanni Francesco Barbieri, 1628*
- Abb. 36: *„Bukolische Szene“ von Salomon Gessner, 1767*
- Abb. 37: *„Die Familie Goethe in Schäfertracht“ von Friedrich Seekatz, 1760*
- Abb. 38: *„Goethe in der Campagna“ von Johann Heinrich Wilhelm Tischbein, 1787*
- Abb. 39: *Titelbild „Der Spiegel“, 30.06.2003*
- Abb. 40: *Schaubild Deutsche über Deutsche und Deutsche über Italiener, 1999*
- Abb. 41: *Entwicklung und Inhalte des positiven deutschen Italienbildes (eigene Darstellung)*

Abb. 42: *Entwicklung und Inhalte des negativen deutschen Italienbildes (eigene Darstellung)*

Abb. 43: *„Steierische Völkertafel“, 1725*

Abb. 44: *Fiat 500, 1936*

Abb. 45: *Innenleben des Nuova Fiat 500, 1957*

Abb. 46: *Fiat 127, 1972*

Abb. 47: *Fiat Uno, 1983*

Abb. 48-49: *Fiat-Werbung, 1968*

Abb. 50: *Fiat-Werbung, 1968*

Abb. 51: *Fiat-Werbung, 1969*

Abb. 52-53: *Fiat-Werbung, 1971*

Abb. 54: *Fiat-Werbung, 1972*

Abb. 55-56: *Fiat-Werbung, 1972*

Abb. 57-58: *Fiat-Werbung, 1972*

Abb. 59: *Fiat-Werbung, 1973*

Abb. 60: *Fiat-Werbung, 1974*

Abb. 61: *Fiat-Werbung, 1974*

Abb. 62: *Fiat-Werbung, 1977*

Abb. 63: *Fiat-Werbung, 1975*

Abb. 64: *Fiat-Werbung, 1975*

Abb. 65: *Fiat-Werbung, 1980*

Abb. 66-68: *Fiat-Werbung, 1980*

Abb. 69: *Fiat-Werbung, 1984*

Abb. 70: *Fiat-Werbung, 1985 (Ausschnitt)*

Abb. 71: *Fiat-Werbung, 1979*

Abb. 72: *Fiat-Werbung, 1979*

Abb. 73: *Fiat-Werbung, 1986*

Abb. 74: *Fiat-Werbung, 1987*

Abb. 75: *Fiat-Werbung, 1991*

Abb. 76: *Fiat-Werbung, 1990*

Abb. 77: *Fiat-Werbung, 1995*

Abb. 78: *Fiat-Werbung, 1996*

Abb. 79-83: *Fiat-Werbung, 1996, 1999, 2000, 2002 und 2003*

Abb. 84: *Fiat-Werbung, 2001*

Abb. 85-86: *Fiat-Werbung, 2004*

- Abb. 87: *Fiat-Werbung, 1998*
- Abb. 88-89: *Fiat-Werbung, 1999*
- Abb. 90: *Fiat-Werbung, 2007*
- Abb. 91-92: *Fiat-Werbung, 1996*
- Abb. 93: *Fiat-Werbung, 1998*
- Abb. 94: *Fiat-Werbung, 1998*
- Abb. 95-98: *Fiat-Werbung, 2005*
- Abb. 99: *Fiat-Werbung, 2006*
- Abb. 100: *Fiat-Werbung, 2008*
- Abb. 101-102: *Alfa Romeo-Werbung, 1981*
- Abb. 103: *Titelbild des Buches „Marketing Warfare“*
- Abb. 104: *Hamburger Abendblatt vom 16./17.01.2010*

Die Abbildungen 48-102 sind sämtlichst den jeweiligen Ausgaben des Magazins *Der Stern* entnommen.