

Inhalt

Vorwort

Gerd Buschmann / Manfred L. Pirner 7

I. Grundlegungen

Werbung in theologischer Perspektive. Ein Überblick

Manfred L. Pirner 11

Werbung im Kontext einer lebensweltorientierten Religionspädagogik

Gerd Buschmann 39

„Nie waren sie so wertvoll wie heute“

Religiöse Symbole in der Werbung als religionspädagogische
Herausforderung. Sieben Thesen

Manfred L. Pirner 55

II. Analysen

Das Abendmahl in Werbeanzeigen

Variationen zu Leonardo da Vincis Mailänder Darstellung

Gerd Buschmann 73

Die verzückte Nonne

Religiöse Symbolik in Werbung und Kunstgeschichte

Thomas Bickelhaupt / Gerd Buschmann 97

Die Erschaffung Adams in der Werbung

Michelangelos Deckenfresko der Sixtina in einem Massenmedium

Thomas Bickelhaupt / Gerd Buschmann 111

Heilige Hörschen

Religion und Erotik in der Popularkultur

Manfred L. Pirner 129

Messias spielen

Werbung mit dem Erlösermythos für ein Computerspiel

Manfred L. Pirner 141

Verlagerung der Heiligen

Maria und Lady Diana in Popkultur und Werbung

Judith Mühleisen / Gerd Buschmann 149

III. Analysen mit religionsdidaktischen Konkretionen

Die Bibel in der Cannes- bzw. Kann-Rolle der Werbung Ein ungewöhnlicher Zugang zum Thema Bibel im Religionsunterricht der Sekundarstufe I <i>Gerd Buschmann</i>	181
Das Exodus- und Weg-Symbol in der Werbung Zur religiösen Grundierung der Warenästhetik <i>Gerd Buschmann</i>	193
Call God: Gebetshaltungen in Werbeanzeigen Materialien für einen alternativen Zugang zum Thema Gebet im Religionsunterricht <i>Gerd Buschmann</i>	207
Himmlich zart und höllisch gut Engel und Teufel im Spie(ge)l der Werbung <i>Uwe Böhm / Gerd Buschmann / Manfred L. Pirner</i>	221
Die Sehnsucht nach mehr wach halten Die Dialektik der Werbung als religionspädagogische Chance <i>Manfred L. Pirner</i>	237
Anhang: Bildanalyse-Modell	255
Literaturverzeichnis	259