

**Multimodale Verwendung von Phrasemen und Lexemen in der Werbung**

**Umborg, Viktoria** Werbung für alle Sinne : Multimodale Kommunikationsstrategien 2020 / S. 43-55 [https://doi.org/10.1007/978-3-658-25129-1\\_4](https://doi.org/10.1007/978-3-658-25129-1_4)