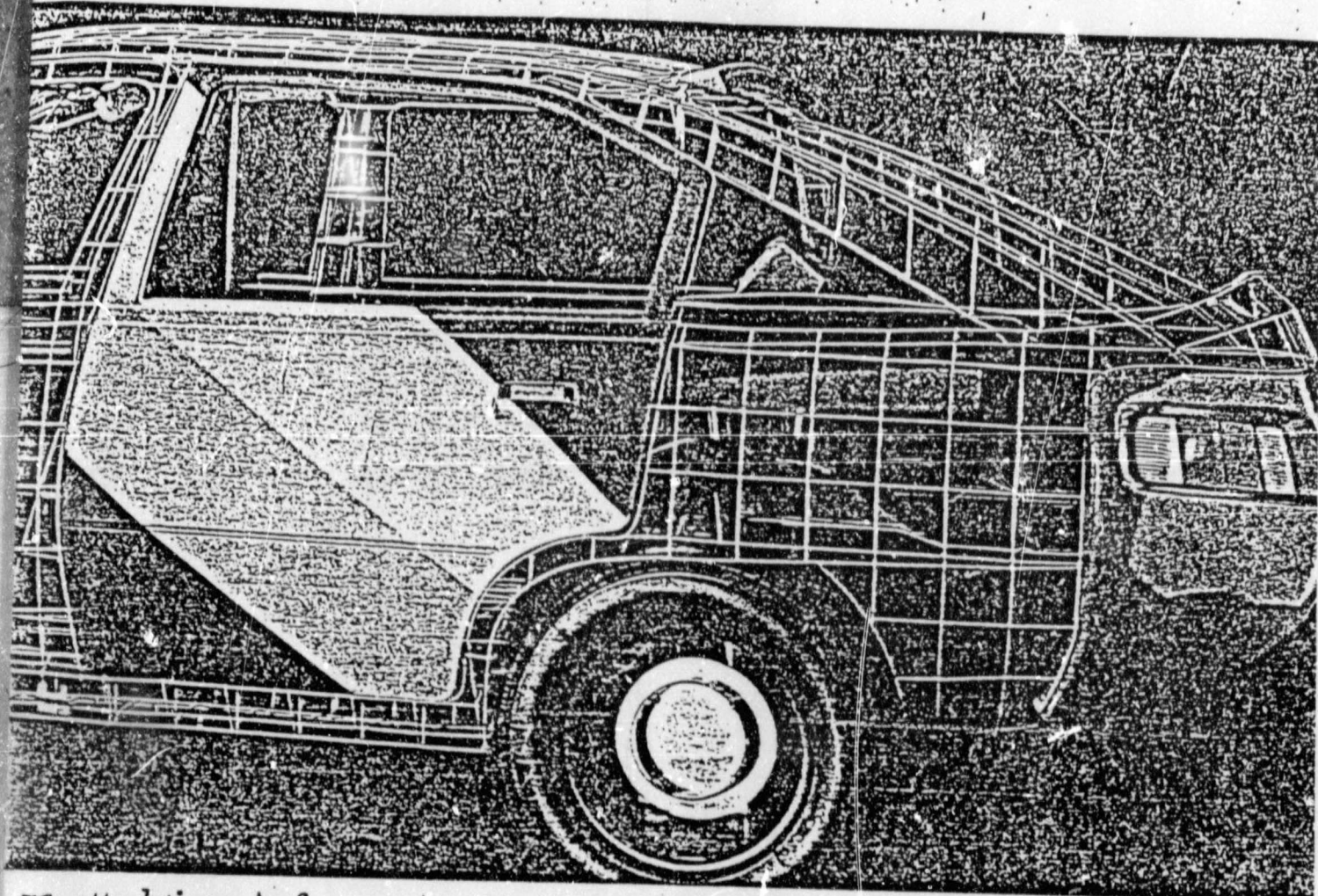




58 attraktives Äußeres;

59 Lacke schützen vor

60 Korrosion.

61 So gibt es noch viele

62 andere Materialien aus

63 unseren verschiedensten

64 Produktbereichen, die

65 dazu beitragen, das Auto

66 für den Men-®

67 schen zum

68 populärsten

69 individuellen Transport-

70 mittel zu machen.

71 Wir sind überzeugt,

72 daß dem Automobil

73 noch eine große Zukunft

74 bevorsteht.

75 Bereits heute werden

76 die Modelle für das Jahr

77 2000 entwickelt. Auch in

78 der Entwicklung der

79 Werkstoffe müssen wir

80 heute schon den Anfor-

81 derungen des Jahres

82 2000 entsprechen.

83 Das Auto wird noch

84 sicherer, komfortabler

93 firmen neue Werke

94 für neue Problemlö-

95 sen zu finden.

96 Unsere Beiträge:

97 Automobil von mo-

98 sind ein gutes Beis-

99 für Hoechst High C

100 Es zeigt, wie wir mi-

101 innovative

102 Produkten

103 Technolog

104 neue Wege zur Lös-

105 der Aufgaben unse-

106 Zeit finden.

Hoechst AG, VZW

6230 Frankfurt/M. 8

Hoechst High Chem

85 und wirtschaftlicher wer-

86 den. Und vor allem noch

87 umweltfreundlicher.

88 Deshalb sind wir da-

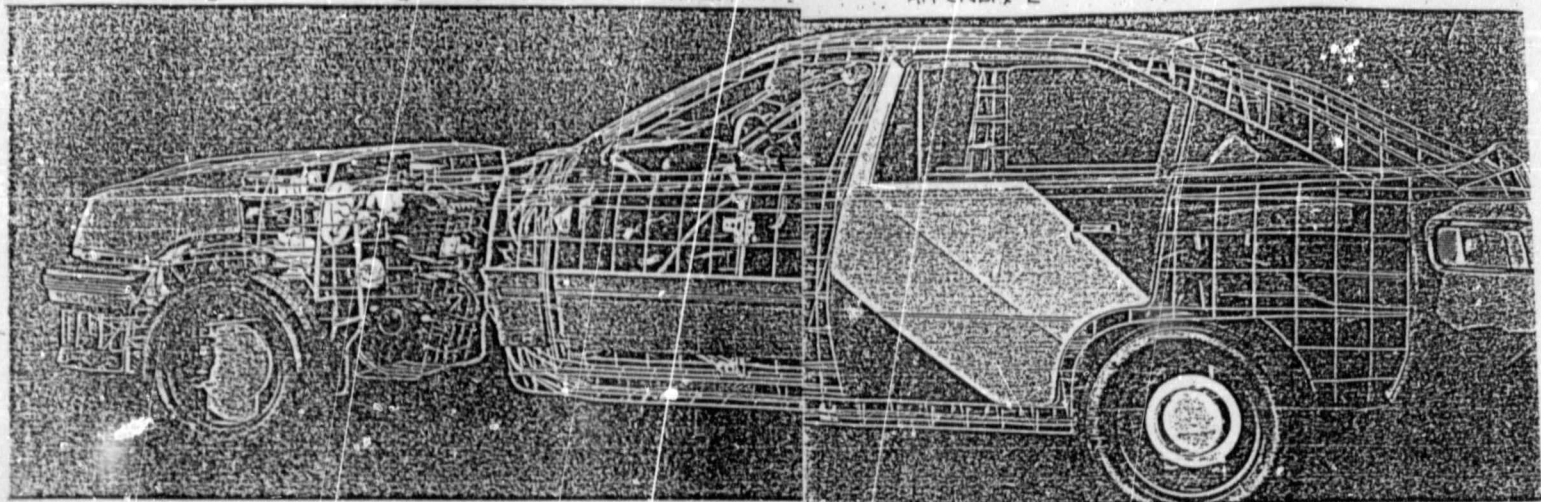
89 bei, in Zusammenarbeit

90 mit den Entwicklungs-

91 ingenieuren der Auto-

92 mobil- und Zuliefer-

Hoechst



2 Das Auto ist, ohne
3 Frage, das Deutsche
4 liebste Kind. Seit den
5 Anfängen vor 100 Jahren
6 hat sich an dieser engen
7 Beziehung nichts geän-
8 dert.
9 Dafür aber am Auto:
10 Aus der Motorkutsche
11 von damals ist längst
12 ein Hochtechnologie-
13 Produkt geworden. Diese
14 faszinierende Entwick-
15 lung ist eng mit dem
16 Entstehen neuer Werk-
17 stoffe verbunden, an
18 deren Konzeption
19 Hoechst entscheidend
20 beteiligt ist. In den Autos

21 von heute sind techni-
22 sche Lösungen verwirk-
23 licht, die noch vor weni-
24 gen Jahren schwer vor-
25 stellbar waren.
26 Autofahren wird immer
27 leichter, sicherer und
28 wirtschaftlicher.
29 Hochwertige Kunst-
30 stoffe und neuartige
31 Verbundwerkstoffteile
32 mit Kunstharzen auf
33 Glasfaser- oder Carbon-
34 faserbasis ermöglichen
35 eine immer größere
36 Gewichtsreduzierung
37 und damit Energie-
38 einsparung.

39 Neue Keramikwerk-
40 stoffe sind zum Beispiel
41 Hochtemperaturbelastbar
42 und verschleißfest und
43 werden deshalb zuneh-
44 mend im Motorenbau
45 eingesetzt. Technische
46 Fasern im Sicherheits-
47 gurt, im Airbag, in den
48 Reifen oder in asbest-
49 freien Bremsbelägen
50 gewährleisten die Sicher-
51 heit beim Fahren.
52 Lichtbeständige und
53 moderne dehnfähige
54 Textilfasern in Sitz-
55 bezügen erhöhen den
56 Komfort. Pigmente und
57 Farbstoffe sorgen für ein

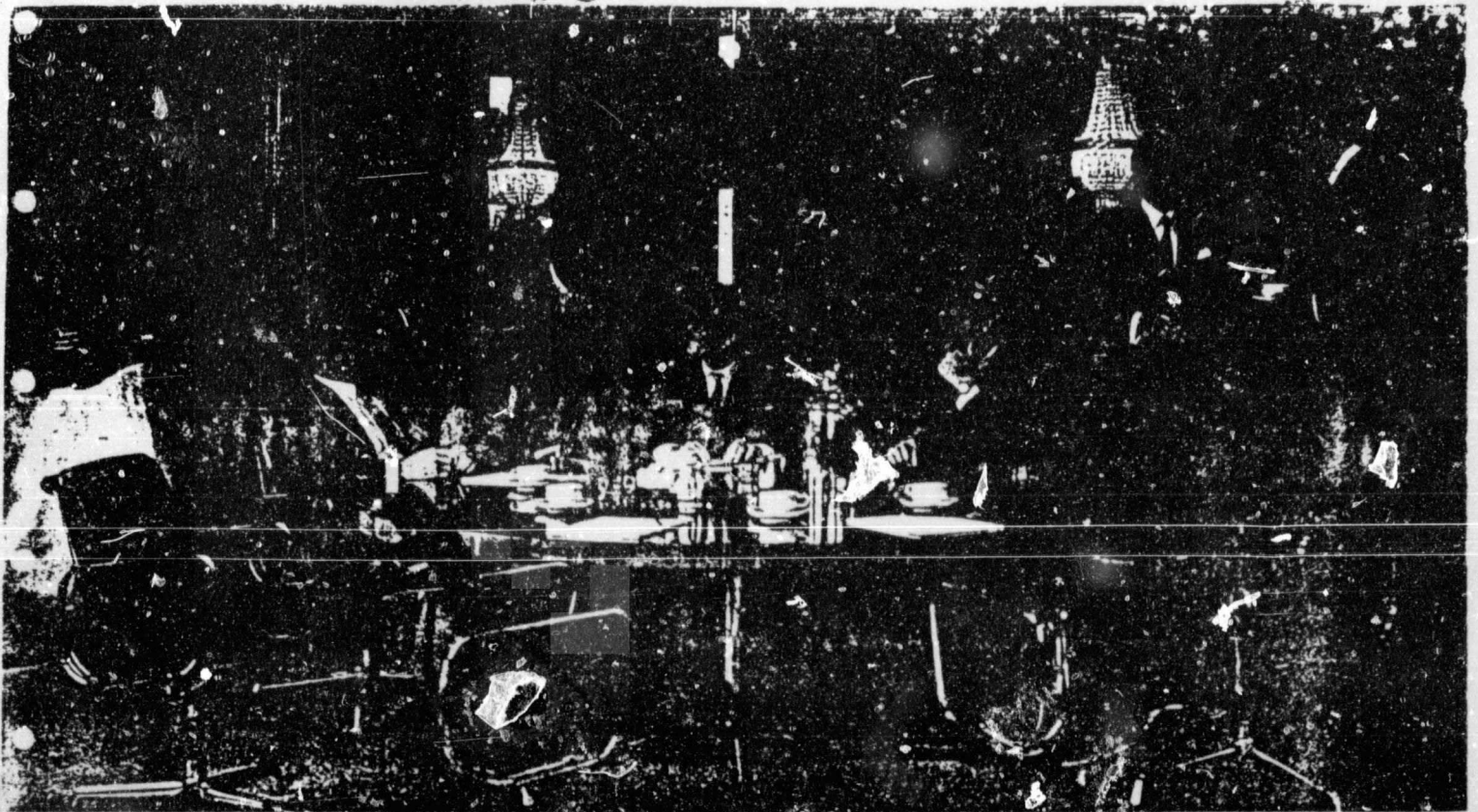
58 attraktives Äußeres;
59 Lacke schützen vor
60 Korrosion.
61 So gibt es noch viele
62 andere Materialien aus
63 unseren verschiedensten
64 Produktbereichen, die
65 dazu beitragen, das Auto
66 für den Men-
67 schen zum
68 populärsten
69 individuellen Transport-
70 mittel zu machen.
71 Wir sind überzeugt,
72 daß dem Automobil
73 noch eine große Zukunft
74 bevorsteht.
75 Bereits heute werden
76 die Modelle für das Jahr

77 2000 entwickelt. Auch in
78 der Entwicklung der
79 Werkstoffe müssen wir
80 heute schon die Anfor-
81 derungen des Jahres
82 2000 entsprechen.
83 Das Auto wird noch
84 sicherer, komfortabler
85 und wirtschaftlicher wer-
86 den. Und vor allem noch
87 umweltfreundlicher.
88 Deshalb sind wir da-
89 bei, in Zusammenarbeit
90 mit den Entwick-
91 lungen der Auto-
92 mobil- und Zuliefer-

93 firmen neue Werk-
94 stoffe für neue Problem-
95 e zu finden.
96 Unsere Beiträge
97 zum Automobil von mo-
98 derne sind ein gutes Bei-
99 spiel für Hoechst High
100 Chem. Es zeigt, wie wir in
101 innovativen
102 Produkten
103 neue Wege zur Lö-
104 sung der Aufgaben uns-
105 er Zeit finden.

Hoechst AG, VZV
6230 Frankfurt/M.

Hoechst



Der richtige Rahmen für erfreuliche Gespräche

Je besser die Atmosphäre, um so erfolgreicher die Geschäfte

Tagungen oder Konferenzen sollen bei allen Teilnehmern in guter Erinnerung bleiben. Darum sind optimale Arbeitsbedingungen, aber auch erstklassiges Wohnen und Speisen, perfekter Service und einfallsreiche Rahmenprogramme so wichtig. Welcher entscheidenden Beitrag Hotels für den Erfolg von Veranstaltungen leisten können, zeigen die Häuser von Steigenberger.

Tagen mit Stil und Niveau

Als erste Adressen versetzen sie Gäste und Veranstalter in eine beneidenswerte Lage: In den Steigenberger Kur- und Ferienhotels läßt sich abseits aller Hektik tagen, mitten in schönster Natur. Dort kann man sehr gepflegt Geschäft und Gesundheit auf einen Nenner bringen.

Die Steigenberger City-Hotels liegen dagegen zentral in den wichtigsten Industrie- und Handelsmetropolen, leicht zu erreichende, elegante Meetingpoints für Geschäftsreisende.

Für alle Steigenberger Hotels gilt der gleiche Grundsatz: Man tagt und speist wie man wohnt, nämlich first class. Die Behaglichkeit komfortabler Zimmer, die Genüsse einer ganz exquisiten Küche, der Drink an der Bar nach konzentrierter Arbeit gehören bei Steigenberger zu den Freuden der Pflicht.

Je nachdem, ob ein Meeting im kleinen Kreis, ein Symposium, ein Empfang oder Kongreß geplant ist, stehen Salons und



Die American Express Karte.

Bezahlen Sie einfach mit Ihrem guten Namen.

Kompetenz ist eine gute Referenz

Bei Steigenberger sorgen erfahrene Spezialisten für die Tagungspfektion. Von der ersten Anfrage bis zum Schlußapplaus. Sie unterstützen Sie bei der Organisation der Tagung, arrangieren kulinarische Höhepunkte und arbeiten pünktlich und zuverlässig. Aufgeschlossen für Sonderwünsche, machen sie oft Unmögliches möglich. Zum Beispiel, wenn man wegen des schönen Wetters kurzfristig vom histo-

Steigenberger Hotels gibt es in:

Aachen · Augsburg · Baden-Baden · Bad Griesbach i. Rottal · Bad Kissingen · Bad Kreuznach · Bad Neuenahr · Bad Orb · Bad Reichenhall · Berlin · Bonn · Davos · Düsseldorf · Duisburg · Frankfurt/Main · Freudenstadt · Grafenau · Bayer. Wald · Konstanz · Lam/Bayer. Wald · Mannheim · Relth/Seefeld · Sarnen-Gstaad · Scheveningen · St. Lucia/W.L. · Stuttgart

nen, Entertainment- und Ausflugsmöglichkeiten soviel Spaß und Entspannung, daß mancher Tagungsteilnehmer bald wiederkommt. Als Feriengast.

Wenn Sie gern mehr über das Tagen bei Steigenberger erfahren möchten, senden Sie den Coupon bitte an Steigenberger Hotels, Verkaufsdirektion, Bethmannstr. 33, 6000 Frankfurt 1 oder rufen Sie uns ganz einfach an: Telefon (069) 21 5741.

Wir planen eine Tagung/Veranstaltung.

☐ Bitte senden Sie uns den Tagungsprospekt 12 Monate Konferenzsaison 1987

☐ Wir interessieren uns besonders für eine Tagung in

Name:

Firma:

Straße:

PLZ/Ort:

STEIGENBERGER HOTELS



UNIVERSITY OF THE WITWATERSRAND COMPUTER CENTRE

```

**      **      **      *****      *****
**      **      **      *****      *****
**      **      **      **      **
**      **      **      **      **
**      **      **      **      **
**      **      **      **      **
**      **      **      **      **
**      **      **      **      **
**      **      **      **      **
**      **      **      **      **
**      **      **      **      **

```

---- DIST 91 91 91 ----

USERID 098GAMED

File name: \$MASTER
File type: SCRIPT
File mode: *

This output was produced by the command:

LASREX \$MASTER (SET1 NODUP COP 2 DCF(1W PAGE(55 65) SYSVAR (T CEN
TER H YES))

on 9 Feb 1988 at 13:03:34

This file is on disk 098GAM and was last updated on
9 Feb 88 at 13:03:03

Author Gamedze Nkosingathi Teboho

Name of thesis Semiotic, Mythology And Translation In The Framework Of Commercial Advertising. 1987

PUBLISHER:

University of the Witwatersrand, Johannesburg

©2013

LEGAL NOTICES:

Copyright Notice: All materials on the University of the Witwatersrand, Johannesburg Library website are protected by South African copyright law and may not be distributed, transmitted, displayed, or otherwise published in any format, without the prior written permission of the copyright owner.

Disclaimer and Terms of Use: Provided that you maintain all copyright and other notices contained therein, you may download material (one machine readable copy and one print copy per page) for your personal and/or educational non-commercial use only.

The University of the Witwatersrand, Johannesburg, is not responsible for any errors or omissions and excludes any and all liability for any errors in or omissions from the information on the Library website.