

---

# Inhaltsverzeichnis

<b>Werbung, Krippenspiele und Religion. Einleitende Bemerkungen . . . . .</b>	<b>1</b>
Richard Janus	
<b>Weihnachtswerbekurzfilme</b>	
<b>„Warum muss es denn immer emotionaler werden?“ Der Anti-Weihnachtswerbespot „Der Cringe“ (Lidl, 2021) . . . . .</b>	<b>19</b>
Jan Christian Pinsch	
<b>„Ostern oder Weihnachten – Hauptsache Religion!“ Postmoderne Phänomene als Herausforderung für die Theologie . . . . .</b>	<b>25</b>
Maria-Louise Seipel	
<b>Weihnachten zwischen Gestern und Heute</b>	
<b>Credibility und Kommerz – Von der Glaubwürdigkeit weihnachtlicher Werbespots . . . . .</b>	<b>47</b>
Friederike Jaekel	
<b>Der stressige Weg zur Krippe? – Der Weihnachtsstresser . . . . .</b>	<b>69</b>
Inga Effert	
<b>Apokolokytosis Penniensis Eine philosophische Untersuchung der Werbestrategie von Penny in „Der Wunsch“ (2021) . . . . .</b>	<b>85</b>
Daniela Zumpf	

<b>Vater, Sohn und Heilige Nacht(Schicht)?</b> .....	99
Frank-Thomas Brinkmann und Viktor Brinkmann	
<b>Im Todeswasser: Eine Metapher in der Hebräischen Bibel und im Werbespot „Der Weg“</b> .....	113
Claudia D. Bergmann	
<b>Die großen gesellschaftlichen Herausforderungen</b>	
<b>Mache dich auf, werde licht! Ein Abriss des weihnachtlichen Ab und Auf anhand des Weihnachtsfilms von Penny 2022 Der Riss/ Let’s Talk</b> .....	131
Harald Schroeter-Wittke	
<b>„Lasst uns froh und bunter sein“ – Interkulturelles Lernen im Religionsunterricht am Beispiel der besonderen Weihnachtsgeschichte des Herrn Schmidt</b> .....	143
Stephanie Lerke und Marcel Scholz	
<b>Xmas 2117 – Ein Winternachtstraum, künstlich</b> .....	155
Inge Kirsner	
<b>Ausblick</b>	
<b>Nur Provokation oder doch politisches Statement? Der Spot „The Journey“ von 84 Lumber aus dem Jahr 2017</b> .....	163
Emma Müller und Richard Janus	