“**Autowerbung”**

Stell dir vor, du bist bei der Werbeagentur Müller, Meier und Müller damit beauftragt, für die Tester eines neuen Autos eine Pressemappe zu erstellen: Du bist gerade fertig, da ereilt dich ein unerwarteter Schicksalsschlag: Der Hersteller hat aufgrund intensiver Marktforschung den Namen des Produkts von „Misto“ in „Finola“ geändert.   
Was tun? Alles einzeln abändern? Nicht mit dem Computer!

Ersetze das Wort „Misto“ durch das Wort „Finola“.

Wie oft hat der Computer den Begriff ersetzt?

**Der neue Misto**

Mit dem neuen Misto rundet Leland seine Modellpalette nach oben ab. Dass der Basis-Misto schon für knapp 40000 DM zu haben ist, sollte nicht darüber hinwegtäuschen, dass der Misto ein ausgewachsenes Luxusgefährt darstellt. Er bietet einfach alles, von ABS bis Zentralverriegelung. Speziell für den Misto wurde ein neues Automatikgetriebe entwickelt.

Das Misto-charakteristische Fahrgefühl konnte Leland trotz einer Steigerung der Aussenmasse bis zu 10% und des Gewichts um bis zu 30% in die neue Generation hinüberretten. Der Misto liegt auf der Strasse wie ein Brett und hinterlässt dank seiner verwindungssteifen Karosserie ein Fast-Porsche-Feeling. Bei alledem ist er sparsam im Verbrauch. Der 2800 cm3-Misto schluckt gerade mal 9 Liter im Drittelmix. Da kommt Freude auf...