

Inhalt

Am Anfang war der Apfel, wenn auch nicht der aus der Blend-a-med-Werbung	6
Der ganz normale Wahnsinn	10
Achtung, Überfall!	16
Her mit der Kohle!	20
Nach einer kurzen Pause melden wir uns wieder	22
Ein Mensch geht einkaufen	26
Wann ist eine Idee eigentlich eine gute Idee?	32
Wir wollen euch vom Ornament erlösen	42
Verrückte Welt?	66
Verkehrte Welt?	72
Zurück in die Zukunft	76
Wie unehrlich darf Werbung sein?	82
Zustände wie in der Spielbank	86
Birgersons Gedächtnis oder Über das Magische am Markenartikel	92
Käfer und New Beetle. Oder wie man seine Marke missverstehen kann	122
Zurück in die Zukunft, Teil 2	148
Ein Bild lügt mehr als tausend Worte	158
Guru, Guru!	166
Frau Bratbecker und die Folgen	170
Die Werbestadt der Achtzigerjahre	176
Sie halten sich für die Größten, Besten, Schönsten	196
Was man in der Werbung werden kann	202

Wie man in die Werbung hineinkommt	208
Wie man in der Werbung bleibt	210
Gut ist uns nicht gut genug	218
Wie wird das alles enden? Ein konstruktiver Vorschlag	226
Online-Werbung, das Ende der Romantik	230
Zum Abschluss eine Schneeballschlacht	240
Anhang	247
Fachbegriffe, Statistik, Agenturadressen in Deutschland, Österreich und der Schweiz, Ausbildungsorte in den drei Ländern, Zeitschriften und Fachliteratur	