

Inhalt



Zum Geleit	7
<i>Bazon Brock</i> Werbung und gesellschaftliche Kommunikation	11
<i>Hans Ottomeyer</i> Garantiert Qualität	16
<i>Alexander Deichsel</i> Marke als schöne Gestalt – Vom Garantiezeichen zum Markenartikel	25
<i>Norbert Götz</i> Ausgezeichnet! Das System der Industrieausstellungen	29
<i>Paul Tauchner</i> Warenzeichen und Signets	36
Immer gleich – Der verpackte Markenartikel	42
<i>Sandra Uhrig</i> Werbung im Stadtbild	50
<i>Carola Jüllig</i> 'Wo nachts keine Lichter brennen, ist finstere Provinz' Neue Werbung in Berlin	65
<i>Sandra Uhrig</i> Lichter der Großstadt	76

<i>Sandra Uhrig</i>	
Der Stachus – Ein Platz im Wandel der Reklame	87
<i>Bärbel Hedinger</i>	
Las Vegas an der Alster oder Der Hamburger Reklamestreit	94
<i>Susanne Bäuml</i>	
Im Reich der Lüfte	104
<i>Susanne Bäuml</i>	
Von Sandwichmännern und fahrenden Schreibmaschinen	107
<i>Frauke Engel</i>	
Reiz der Hülle – Gebrauchsverpackung zwischen Schutzfunktion, Werbung und Kunst	121
<i>Susanne Bäuml</i>	
Die Manoli-Welt	142
<i>Susanne Bäuml</i>	
Brauner Trunk und rotes Herz	157
<i>Susanne Bäuml</i>	
Der Mohr hat seine Schuldigkeit noch lange nicht getan	166
<i>Susanne Bäuml</i>	
Im Zeichen des Pelikan	173

<i>Birgit Doering</i> Frühe Warenwerbung im Spannungsfeld zwischen Kunst und Kommerz	190
<i>Hans Ottomeyer</i> Entwurfskunst des Jugendstil	198
<i>Paul Tauchner</i> Neue Zeiten – Neue Namen	209
<i>Tilmann Buddensieg</i> Werbekunst und Warenästhetik	216
<i>Hans Ottomeyer</i> Kommunikation durch Design	228
<i>Angelika Thiekötter – Laurie Stein</i> Markenware – Werkbundmarke Der Deutsche Werkbund	241
<i>Ivo Kranzfelder</i> Die Welt ist schön Anmerkungen zum Gebrauch der Fotografie in der Werbung	250
<i>Peter-Klaus Schuster</i> Zur Ästhetik des Alltags Über Kunst, Werbung und Geschmack	265
Die Ware Kunst	277
<i>Volker Duvigneau</i> Künstlerplakate nur von ...	287
<i>Friedemann W. Nerdinger</i> Strategien der Werbung. Vom Auftrag über die Gestaltung zur Entscheidung	297

Die McDonald's Story	308
<i>Bernd Friedrich</i>	
Hinter den Kulissen – Die Werbewerkstatt	310
<i>Katinka Heinemann</i>	
Auffallen um jeden Preis?	322
<i>Julian Nida-Rümelin</i>	
Werbung und Ethik	327
<i>Hans Ottomeyer</i>	
Weniger ist mehr	338
<i>Hans Ottomeyer</i>	
Lifestyle – Der Traum vom Glück	345
<i>Julian Nida-Rümelin</i>	
Der schöne Mensch – Ideal seiner Zeit	353
<i>Jürgen Krause</i>	
Werbung im Schatten – Deutschland 1939–1945	361
<i>Harald Pulch</i>	
Werbefilm im Wandel	
Zur Geschichte des deutschen Werbefilms	371
Bibliographie	383
Fotonachweis	394
Namenverzeichnis der bildenden Künstler, Entwerfer, Architekten und Fotografen	395
Dank an die Leihgeber – Autoren des Katalogs	398
Impressum	400