

Inhalt

Vorwort	6
1 »Es gibt wieder ...«: Kriegsfolgen	8
2 Rückgriffe auf das <i>Bauhaus</i>	18
3 Schrift in der Werbung	27
4 <i>Luxor</i> – ein Anzeigenmuster und die Folgen	32
5 Eine erste Konjunktur: die sogenannte ›Nierenform‹	37
6 Die zweite Konjunktur: die farbige Illustration	49
7 Werbung und Kunst	61
8 Titelbilder	66
9 Sympathieträger werben	71
10 Das Werbeplakat	82
11 Vom selbstgenähten Chic zur internationalen Mode	93
12 Die dritte Konjunktur: eine neue Eleganz	102
13 Rollenzuweisungen	115
14 Von der gemalten Illustration zum Werbefoto	126
15 Das Sechziger-Jahre-Schema	135
16 Ein neuer Männertyp	139
17 Neue Maßstäbe: <i>Braun</i>	145
18 Von der Zigarette zum ›Lifestyle‹	153
19 Der Text in der Werbung	165
20 Automobilwerbung	177
Anmerkungen	184
Verzeichnis der Abbildungen	185