

INHALT

**»REKLAME –
DER SCHLÜSSEL
ZUM WOHLSTAND
DER WELT!« 7**

**WERBUNG
IM
NS—STAAT 23**

VOM »GEIST DES NEUEN
DEUTSCHLAND IN DER WERBUNG« 31
UNTER DOPPELTER KONTROLLE:
DER WERBERAT UND DIE GERICHTE 41

VOM VOLKSSTAUBSAUGER ODER
DER FÜHRERKOPF AUS SCHWEINESCHMALZ 44

»WERBUNG MUSS DEUTSCH SEIN« 50

ANZEIGENMONOPOL IN
DEN HÄNDEN DER NAZIS 57

TÄTIGKEITSVERBOT FÜR
AUSLÄNDISCHE ANZEIGENAGENTUREN 67

ZENSIERTE PLAKATWERBUNG 69

**»MESSEN UND AUSSTELLUNGEN ALS
ZEICHEN DEUTSCHER WIRTSCHAFTSKRAFT« 73**

QUANTITATIVE ENTWICKLUNG
ZWISCHEN 1934 UND 1940 76

DIE MARKENARTIKLER 78

DIE REICHSWERBESCHULE BERLIN 90

**AUS WERBUNG
WIRD
»JÜDISCHE REKLAME« 97**

VERLORENE SPUREN 108

VIER LEBENSLÄUFE 109

GEORG B. EISLER 109

LUCIAN BERNHARD 112

FRITZ ROSEN 123

E. PAUL WEISE 129

**MARKTFORSCHUNG
UND**

»VERBRAUCHERLENKUNG« 137

MARKTFORSCHUNG FÜR DIE
KRIEGERISCHE EXPANSION 139

DIE KAMPAGNE
»AUFKLÄRUNG ÜBER
WIRTSCHAFTLICHE HAUSHALTSFÜHRUNG« 141

DIE KAMPAGNE
»KAMPF DEM VERDERB« 142

DIE KAMPAGNE
»ALTMATERIALSAMMLUNG« 145

DIE KAMPAGNE
»KRIEGSMÄSSIGE AUSRICHTUNG
DER INNERBETRIEBLICHEN WERBUNG« 147

»DEUTSCHE AUSLANDSWERBUNG«
IM KRIEG –
DIE »SÜDOSTBESPRECHUNGEN« 152

»WERBUNG ALS KRIEGSBEITRAG« 155

COCA COLA IST WIEDER DA UND
PERSIL IST NOCH BESSER ALS FRÜHER! 158

ANHANG 165

MITGLIEDER DES WERBERATS
DER DEUTSCHEN WIRTSCHAFT AB 1933 165

ORGANISATION DES DEUTSCHEN
WERBEWESENS IM NATIONALSOZIALISMUS 166

CHRONOLOGIE DER
BEKANNTMACHUNGEN DES
WERBERATS DER DEUTSCHEN WIRTSCHAFT 171

BESTIMMUNGEN UND VERORDNUNGEN 173

HEINRICH HUNKE
HINWEISE ZUR
KRIEGSDIENENDEN WERBUNG 175

WÜNDRICH—MEISSEN
DIE EINSCHALTUNG DER
AMERIKANISCHEN
WERBEFACHLEUTE
IN DIE KRIEGSPROPAGANDA 176

M.C. SCHREIBER
WERBUNG ALS KRIEGSBEITRAG 178

ANMERKUNGEN ZU DEN KAPITELN 180

LITERATURVERZEICHNIS 184

BILDQUELLENVERZEICHNIS 186

PERSONENREGISTER 186

DANK 191