

Inhalt

Geschichte

- 6 Massenproduktion und Massenartikel
- 10 Markenrecht und -konzeption
- 16 Der Handel mit Marken
- 23 »Die teuerste Marke der Welt«: Coca-Cola

Werbung

- 28 Vom Marktschreier zur Werbeagentur
- 38 Werbung als Modus der Welt
- 46 Gegenkulturelle Werte und Werbung

Identitäten

- 50 Konsum als Lebenssinn
- 58 Marken und Lifestyle
- 64 Die Marke Ich

Globalisierung

- 70 Ein neuer Kapitalismus
- 77 Das Markenuniversum
- 87 Antiglobalisierungsbewegung und Marken

Anhang

- 94 Literatur