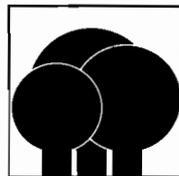


# 100 Jahre Werbung in Europa **Eduard Grosse**

---



---

Communicative Design

Staats Design Studios

2139 Sittensen · Stader Str. 43

Telefon 04282 - 1547

---

Dreilinden Verlag

---

# Inhalt

---

<b>Einleitung</b>	1
<b>Die sieben Grundlagen moderner Werbung</b>	3
<b>Die zwei Wurzeln der Werbung</b>	8
<b>Die industrielle Revolution demokratisiert den Wohlstand</b>	10
Neue Sitten	14
Neue Produkte	18
Neue Marken für neue Märkte	22
<b>Die hinreißende Ouvertüre: La Belle Epoque d’Affiche</b>	
– in Paris	26
– und im Deutschen Reich	30
<b>Die ersten großen Marken stellen sich vor</b>	34
Der wilde Bovril Fleischextrakt	35
Pears: Die erste Markenseife	38
Sekt mit Stil: Henkells frühe Jahre	42
Keks macht Kunst: Bahlsens Markenjugend	45
Das frühe Campari „Manifesto“	48
Statussymbol auf Rädern	52
Die Geburt des Waschpulvers	54
Herrscher und Werbung	56
Europa vereint am Bierkrug	58
Die Linse tritt neben den Pinsel: Erste Werbefotografie	60
<b>Werbung in der Zwischenkriegszeit</b>	62
<b>Werbung für die neue Nachkriegswelt</b>	64
Die Persilfrau, Deutschlands Beste	68
Verso il popolo: Futurismus in Italiens Werbung	72
Autos, Expresse, Schiffe, Flugzeuge zwischen den Kriegen	76

---

---

Große Werbungszeit in Spanien	90
Gestaltungspause für Deutschlands Wirtschaftswerbung	96
Die Anglizierung des Bierhumors	98
Bovril mit klarem Produktargument	100
Resümee zweier Jahrzehnte	102

**Die mageren Jahre nach der Katastrophe** 103

<b>Umwälzung</b>	106
Das neue Persil	108
Das neue Schweizer Plakat	110
Der Düsenflug	112
Die große Fotografie	114

**Bedeutsame Werbung im heutigen Europa** 116

Warum es sich lohnt, Mercedes zu fahren	120
Vernünftige Bahnwerbung	122
Die neue, freie Moral Europas	124
Der Lebensstil des jungen Europäers	128
Fluglinien: Die neuen Vorortbahnen Europas	132
Der neue Frühling des Plakats	136
Der Herbst der Zigarette	140
Arbeitsteilung zwischen Medien	143
Marktführer und Aggressor	146
Engagierte Werbung	148
Die Markenschöpfung geht weiter	150
Dramatische Werbung fasziniert	153
Intelligente Werbung belästigt nicht	156
Ein seriöses und ein schmunzelndes „Prost“	158
Bier für die emanzipierte Frau	160
Nastrowje! Oder der Sieg des Kapitalismus	164

**Die Zukunft der Wirtschaftswerbung?** 166

---