

Werbung gibt es, seit Menschen anderen etwas verkaufen wollen, also beinahe schon immer. Als eigener Wirtschaftszweig mit theoretischer Fundierung hat sie sich aber erst im 20. Jahrhundert etabliert.

Der Band versammelt die wichtigsten Texte zum Begriff der Marke, zu den Methoden der Werbung, zu ihrer Geschichte und Ästhetik sowie zu ihrer Kritik. Eine singuläre Sammlung für Designer, Mediengestalter, Medienwissenschaftler und alle kulturhistorisch am Phänomen Interessierte.