

Inhalt

- 7 **Zum Geleit: 48,98**
Das Wunder von 1948 und die nachfolgenden Michael Tröscher

Einführung

- 9 **Vom Schwarzmarkt zum Supermarkt**
Zur Kulturgeschichte des Wirtschaftswunders Arne Andersen

Tante Emma – Megastore

- 24 **Im Fachgeschäft ist der Kunde König**
Schlaraffenland der Warenkunde Ingrid Wenz-Gahler
- 30 **Freiwahl und Schnellbedienung**
Wer nicht mit der Zeit geht, geht mit der Zeit Doris Evans
- 36 **Auf die Kühlung kommt es an**
Zur Geschichte der gewerblichen Linde-Kühlmöbel Harry Finkenauer u.
Petra Schippers
- 41 **Musik To Sale – Akustisches Event Design**
Funktionale Musik bringt Kundschaft in Stimmung Volker Albus
- 44 **Tante Emma goes event-shopping**
Das Bild der Stadt prägen die Bauten für den Handel Gert Kähler

Chronik und Historie einer Branche

- 51 **Der Lebensmittelhandel im Wandel**
Zur Wirtschafts-, Technik- und Sozialhistorie des Einzelhandels Hans-Jürgen Teuteberg
- 71 **Zur Geschichte der Lebensmittel Zeitung**
Die „LZ“ – Getreues Spiegelbild einer dynamischen Branche Jürgen Wolfskeil

Warenkunde

- 74 **Das Convenience-Food kommt aus dem Topf**
Die Entwicklung der Suppenindustrie von 1948 bis 1998 Dirk Radermacher

- 77 Gefrierkühlkost und Mikrowelle**
Die EB-Revolution, die aus der Kälte kam Kirsten Schlegel-Matthies
- 81 Müsli und Moral**
Eine Herausforderung für die Ernährungswirtschaft Albert Wirz
- 85 Bade-Bier und Psycho-Pillen**
Intelligente Nahrung für das nächste Jahrtausend Andreas Steinle

Werben & Verpacken

- 88 Von der Packmittelnot zum Luxus**
Verpackung bringt den Warenumsatz auf Tempo Hans-Georg Böcher
- 95 Intelligenten Verpackungen gehört die Zukunft**
Schlechtes Design verdirbt den Spaß am Einkaufen Interview von Joachim Kellner
mit Peter Schmidt

Von der Reklame zum Marketing

- 100 Sammelleidenschaft und Zugabekrieg**
Die „Kids“ als Marketingpartner der Industrie Michael Mosch
- 103 Rezepte, Gebrauchsanweisungen, Kochbücher**
Die „ungeschickte“ Hausfrau im Visier der Marken-Pioniere Rolf Dittmar
- 106 Mit Tabs ins nächste Jahrtausend**
Klassische Marken und ihre Werbekampagnen Birgit Clemens
- 115 Die Welt der Marke**
Nicht die Angebote, sondern die Wünsche werden knapp Bernd M. Michael

Das Glossar der Waren und der Marken

- 119 Von Aachener Printen bis Zentis
Von Alpenmilch bis Zuckerhut** Christiane Appel, Helmut M. Bien
und Angelika Kroll-Marth