

Daniel Di Falco, Peter Bär und Christian Pfister (Herausgeber)

Bilder vom besseren Leben

Inhalt

Christian Pfister Vorwort	7
Christian Pfister Bilderwelt der Konsumgesellschaft. Werbung in ihrem ökonomischen und kulturellen Umfeld Einleitung (1)	9
Peter Bär Über den Umgang mit Bildern und die «Schweizer Illustrierte» als Quellenbasis Einleitung (2)	16
Daniel Di Falco Wollen und Sollen der «Bilder vom besseren Leben» Einleitung (3)	23
Daniel Beck «Der Kluge reist im Zuge» Themen und Töne in der Werbung der Schweizerischen Bundesbahnen	28
Myriam Berger Ein Schweizer Trunk gegen die Leiden der Zeit Die Werbeversprechen der Ovomaltine von 1904 bis zum Zweiten Weltkrieg	40
Stefan Altorfer Werbung, die anzieht. Und anstößt Entstehung und Erscheinung der Werbung der Herrenkonfektionsmarke PKZ (1900-1975)	55
Lisa Bechter, Rita Stöckli «Das grosse Wettbrennen» Zum Ideal der gebräunten Haut in der Sonnenschutzmittelwerbung zwischen 1920 und 2000	70
Daniel Di Falco Prometheus fährt Rad Die Mythen der industriellen Moderne in der frühen Fahrradwerbung	83
Monika Baumann Ein kurzer Traum von der Freiheit am Steuer Autofahrerinnen in der Werbung der späten 1920er-Jahre	97

Sibylle Lichtensteiger, Daniel Di Falco		
Wie sich das Automobil dem Volk verkaufte		
Die Massenmotorisierung in der Schweiz und der Wandel in der Autowerbung 1948-1965		111
Albert Tanner, Rob Gnant (Fotografien)		
Ein besseres Leben in schönen neuen Welten?		
Sozialer und kultureller Wandel in der Schweiz in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts		125
Christine Wanner, Brigitte Walser		
Die Dritte im Bunde		
Die Zigarette als erotisches Accessoire in der Werbung zwischen 1965 und 1985		137
Peter Bär		
Vom Kochherd aufs Rollfeld		
Ein Streifzug durch die Frauenbilder in der schweizerischen Anzeigenwerbung 1920-1990		149
Diego Hättenschwiler		
Der «herbe Naturgeschmack» der Schokolade		
Männlichkeiten in der Werbegeschichte		167
Matthias Nast, Peter Stöferle		
Warum die Warenhülle Werbung treibt		
Die moderne Verpackung als Produkt veränderter Konsumgewohnheiten		181
Simon Eggimann		
Von der Lebensweise zum Lebensstil		
Werbung als Abbild des Wandels von Werten und Lebensformen in der Schweiz 1950 bis 1990		193
Peter Bär, Daniel Di Falco, Christian Pfister		
Der Wandel der Werte und die Werte der Werbung		
Eine Bilanz		209

Anhang

Anmerkungen und Quellen
Literaturverzeichnis
Bildnachweise
Autorinnen und Autoren