

Dirk Schindelbeck

Marken, Moden und Kampagnen

Illustrierte deutsche
Konsumgeschichte

**PRIMUS
VERLAG**

Inhalt

Vier Leitsätze	
Zur Einführung	
Konsum als sozialisierende Kraft: Was eine Gesellschaft zusammenhält	7
Markenartikel- und Konsumgüterwerbung	
„Die Gewinnung des öffentlichen Vertrauens“: Deutsche und internationale Entwicklungslinien.....	9
Unmittelbare Nachkriegszeit und Währungsreform	
„... reif für den amerikanischen Pflug“: Weichenstellungen für die Marktwirtschaft....	17
Die fünfziger Jahre	
„Im Wohlgefühl der Perlonzeit...“: Vom Nachholkonsum zur Anschaffungskultur.....	23
Die sechziger Jahre	
„Öfter mal was Neues“: Vom Maßhalteappell zum „Konsumterror“	45
Die siebziger Jahre	
„Ich trinke J., weil...“: Von alternativen Gesellschaftsträumen zu den Lightprodukten.....	63
Die achtziger Jahre	
„Man gönnt sich ja sonst nichts...“: Von der Suche nach Heimat zum Kult- und Erlebniskonsum.....	79
Die neunziger Jahre	
„Deutschland geht online...“: Vom Einheits-Rausch zum Millennium-Event.....	95
Vierzig Jahre Konsum im Osten	
„Der Sozialismus siegt - aber Neckermann macht's möglich...“: Von der Wunderwirtschaft und ihren Produktionen.....	119
Literaturempfehlungen.....	141
Dank	144