

Simone Tippach-Schneider

Messe­männchen und Minol-Pirol

Werbung in der DDR

Schwarzkopf & Schwarzkopf Verlag

INHALT

WERBUNG WIRD VERBOTEN

Zeit für eine Komödie 6

»WERBUNG, WERBUNG – IN JEDER FÄRBUNG«

Der Werbeaufwand in der DDR 10

IM KAMPF UM DIE KLARSTE LINIE

Die Wandlungen des Werbetriebes DEWAG in drei Akten 24

WERBEFIGUREN AUS DEM SANDMANNSTUDIO

Die Trickfilmproduktion fürs Werbefernsehen 44

DER FISCHKOCH UND SEIN HERING

Ein Schnittmuster der Massenkultur 62

»UND SIE FÜHLEN SICH WOHL IN IHRER HAUT!«

Sympathiewerbung für »Florena«-Creme 72

»IN JEDEM HAUS ZU HAUSE«

Ausgewählte Werbemedien als Lesestoff 86

DER »WERBEBUMMI«

Euphorie und Trägheit in der
Fachzeitschrift »Neue Werbung« 138

»DIE WEISSE WERBUNG BRINGT WEISHEIT MILLIONEN«

Werbekritik und Werbeverbot 150

Anmerkungen 162

Literaturhinweise, Danksagungen, Bildnachweis 168