

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