

Inhalt

Einführung: Die Plakatsammlung des Kieler Stadt- und Schifffahrtmuseums	7
DIE JAHRE VOR DEM ERSTEN WELTKRIEG	
Die Kunst der Straße: Geschichte des Plakats	12
Bilder für die Massen: Einblattdrucke und Bilderbogen	16
Politik und Symbol: Bildsprache des Historismus	22
Vom Historismus zum Jugendstil: Der Durchbruch der Plakatkunst in Deutschland	26
Lokale Plakatwerbung: Das Kieler Beispiel	32
Zu Lande und zur See: Frühe Reiseplakate	36
»Blaue Jungs«: Marinematrosen als Plakatmotiv	42
WÄHREND DES ERSTEN WELTKRIEGS	
Propaganda für den Sieg: Kriegsanleihe-Werbung	48
Im Dienst für Kaiser und Vaterland: Plakate für die Heimatfront	56
Versorgung im Zeichen des Krieges: Werbekampagnen zur Sammlung von Ersatzstoffen	62

WEIMARER REPUBLIK	
Die Revolution zwischen Kunst und staatlicher Propaganda: Plakate des Werbedienstes der deutschen sozialistischen Republik	70
Bilder für die Republik: Wahlplakate zur deutschen Nationalversammlung 1919	74
Auftrag oder Ehrensache? Wahlplakate in der Weimarer Republik	80
Fürsorge und Gemeinschaften: Soziales Gefüge der Weimarer Republik	88
Blick nach Skandinavien: Kiel als Messestadt in den 1920er Jahren	94
Moderne Großstadtwelten: Produktwerbung Mitte der 1920er Jahre	102
Wachsende Mobilität: Tourismuswerbung in den Jahren der Weimarer Republik	110
Neue Schiffsplakate: Maritimer Tourismus der Zwischenkriegszeit	114
Gesund, sparsam, deutsch: Die volkswirtschaftlichen Werbeargumente der Lebensmittelbranche in der Endphase der Weimarer Republik	120

ZEIT DES NATIONALSOZIALISMUS	
Der Aufbau der Volksgemeinschaft: Die NS-Organisationen und ihre Propagandakampagnen	126
Von der heimatlichen Scholle: Lebensmittelwerbung im Dienste der NS-Ideologie	136
Zwischen Massenkonsum und Austerität: Nationalsozialistische Konsumpolitik und Produktwerbung	140
Die deutsche Heimat entdecken: Tourismuskonzepte und NS-Reisewerbung	146
Nur für »Volksgenossen«: Seereisen unter der Hakenkreuzflagge	154
Durchhalten bis zum Ende: Plakatpropaganda während des Krieges	160
DIE ERSTE NACHKRIEGSZEIT	
»Kiel baut auf«: Kieler Plakate der frühen Nachkriegszeit	166
Der demokratische Neuaufbau: Wahlplakate der Besatzungszeit	170
Bilder für ein gemeinsames Europa: Die Werbekampagnen des Marshallplans	176
Die Gründerjahre der Bundesrepublik: Politische Plakate der 1950er Jahre	180
Gesellschaft im Wandel: Politische und soziale Kampagnen der 1950er Jahre	186

ZEIT DES WIRTSCHAFTSWUNDERS		ENDE DER 1960ER JAHRE		DIE BEIDEN LETZTEN DEKADEN DES 20. JAHRHUNDERTS	
Die »Fresswelle«: Lebensmittelwerbung nach dem Krieg	196	Rebellion und Rockmusik: Kultur einer neuen Generation	288	Vom Protest zur Partei: Grünen-Plakate und ihr Umfeld	342
Sauber: Die Bildsprache der Werbung für Reinigungsmittel, Waschpulver und Hygieneartikel	202	Protest und Poster: Plakate zwischen Demo und Kommune	294	Gegen Gewalt und Fremdenhass: Ein Plakatwettbewerb von 1993	348
Der moderne Haushalt: Elektrogeräte als Konsumindikatoren der Wirtschaftswunderzeit	210	Konsumkritik und Jugendkult: Plakatwerbung unter dem Einfluss der 68er Bewegung	298	Zwischen Markenartikel und Discountware: Die Neupositionierung von Marketing und Produktwerbung	352
Modern und mit Witz: Produktwerbeplakate aus der Schweiz	214	»Alle reden vom Wetter«: Die Revolution in der Imagewerbung der Bundesbahn	304	Digitalisierung: Veränderungen im Grafikdesign und Eigenwerbung der IT-Konzerne	358
Arbeitswelt Büro: Corporate Design am Beispiel Olivetti	218	Lifestyle mit »blauem Dunst«: Zigaretten- und Tabakwerbung	306	Mode und Werbung: Zwischen Punk und Haute Couture	362
Das Postplakat: Kundeninformation eines staatlichen Dienstleisters	224	Lässig, sexy, mini: Die neue Mode in der Textilwerbung	310	Das Erlebnis zählt: Reisewerbung der 1990er Jahre	368
Neuer Chic: Werbeplakate für Mode, Kleidung und Textilwaren	228	Mit neuen Strategien aus der Krise: Die Autowerbung der 1970er Jahre	314	Ausblick: Plakate im Straßenraum im 21. Jahrhundert	372
Die Lifestyle-Werbung: Konsumerfüllung über den Grundbedarf hinaus	234	Die Ferne lockt: Tourismusplakate der 1970er Jahre	318		
»Der Deutschen liebstes Kind«: Das Auto in der Werbung	238	Zeugen des Zeitgeists: Filme und ihre Plakate	324		
Organisierter Massentourismus: Die Werbung der Reiseanbieter und Agenturen	244	Die Lust an der Provokation des Betrachters: Kieler Theaterplakate von Holger Matthies	332	Ausgewählte Künstlerbiografien	375
Reisen mit der Bundesbahn: Die Werbestrategien eines Staatsunternehmens	248	Protestkampagnen der Neuen Sozialen Bewegungen: Politische Plakate der 1970er Jahre	336	Verwendete Literatur	382
Nur noch ein Nischenprodukt: Seereisen und Kreuzfahrten	252				
Im Aufwind: Werbeplakate für Luftverkehr und Flugtourismus	256				
Die schönsten Reiseziele: Destinationswerbung für den Fremdenverkehr	262				
Kulturerwachen: Kieler Kulturveranstaltungen in den 1950er Jahren	270				
Ein Kieler Markenzeichen im steten Wandel: Das Kieler Woche-Plakat	274				
Moderne Trends des Grafikdesigns in der Produktwerbung: Der Swiss Style oder International Style	282				