

Inhalt

Vorwort	7
<i>Karl Borromäus Murr</i> Überlegungen zu einer Konsumgeschichte des Strumpfes in der Moderne	8
<i>Karl Borromäus Murr</i> Vom Konsumismus zur Konsumkultur Eine Einführung in kultur- und sozialwissenschaftliche Konsumtheorien	30
<i>Ludmila Gelwich</i> „Die Herrschaft des entfesselten Beines“ Zur Konstruktion von Weiblichkeit in der deutschen Modeberichterstattung der 1920er-Jahre	56
<i>Birgit Haase</i> Mythen der Moderne Vom Kunstseidenstrumpf zur Feinstrumpfhose	75
<i>Christiane Syré</i> Kann ein Strumpf politisch sein? Eine kleine Geschichte zum Strumpf im Nationalsozialismus	90
<i>Heike Krause</i> „Beinkönigin“ versus „Miss Germany“ Marketingstrategien der Strumpffirmen <i>Arwa</i> und <i>Opal</i>	113
<i>Gundula Wolter</i> Glatt & seidig Tabubrüche in der Werbung für Damenstrümpfe 1950–1970	125
<i>Michaela Breil</i> Vom Fachhandel zum Internetshop Der Vertrieb von Feinstrümpfen in Deutschland im 20. Jahrhundert	140
<i>Daniel Devoucoux</i> Das Loch im Strumpf Laufmaschen und bewegte Bilder	164

Julia Bertschik

Die Sprache der Strümpfe

Mode für die Beine in der Literatur. Eine Oberflächen-Betrachtung

182

Die Autorinnen und Autoren

192