

Inhalt

Vorwort	7
<i>Christina Holtz-Bacha</i>	
Falsche (Vor)Bilder? Frauen und Männer in der Werbung.....	9
<i>Romy Fröhlich</i>	
Werbung in Deutschland – Auf dem Weg zu einem Frauenberuf?.....	25
<i>Jutta Stender-Vorwachs</i>	
Frau und Mann in der Werbung – rechtlich betrachtet	51
<i>Nicole M. Wilk</i>	
Die ges(ch)ichtslose Frau – Überlegungen zum Verlust von weiblichen Vorbildern in der Werbung.....	62
<i>Angela Vennemann & Christina Holtz-Bacha</i>	
Mehr als Frühjahrsputz und Südseezauber? Frauenbilder in der Fernsehwerbung und ihre Rezeption	88
<i>Guido Zurstiege</i>	
Fit und flott – und ein wenig sexy in schwarz-weiß: Die strukturelle Ambivalenz werblicher Medienangebote	119
<i>Raphaela Dreßler</i>	
Vom Patriarchat zum androgynen Lustobjekt – 50 Jahre Männer im <i>stern</i>	136

Carolin Burgert & Thomas Koch

Die Entdeckung der Neuen Alten?

Best-Ager in der Werbung..... 167

Klaus Moser & Christopher Verheyen

Sex-Appeal in der Werbung:

Die Entwicklung der letzten Jahre 188

Susanne Merkle & Rebecca Preß

Macht sexy Werbung jede(n) an? – Die Dosis macht das Gift!

Geschlechtsspezifische Rezeption weiblichen und männlichen

Sex-Appeals..... 211

Thomas Koch & Lutz Hofer

Immer schlanker und kranker?

Models in der Werbung 233

Maria-Lena Gläsel

Werbeschönheiten als Vorbild –

Beeinflussen die Werbebilder die

eigene Körperwahrnehmung von Frauen? 260

Alina Kessel

Female Marketing

Sternstunde der Frauen – Der Kunde ist Königin 298

Autorinnen und Autoren..... 323