

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 Dresßler</i>	
Vom Patriarchat zum androgynen Lustobjekt	
– 50 Jahre Männer im <i>stern</i>	136

<i>Carolin Burgert & Thomas Koch</i> Die Entdeckung der Neuen Alten? Best-Ager in der Werbung.....	167
<i>Klaus Moser & Christopher Verbeyen</i> Sex-Appeal in der Werbung: Die Entwicklung der letzten Jahre	188
<i>Susanne Merkle & Rebecca Preß</i> Macht sexy Werbung jede(n) an? – Die Dosis macht das Gift! Geschlechtsspezifische Rezeption weiblichen und männlichen Sex-Appeals.....	211
<i>Thomas Koch & Lutz Hofer</i> Immer schlanker und kranker? Models in der Werbung	233
<i>Maria-Lena Gläsel</i> Werbeschönheiten als Vorbild – Beeinflussen die Werbebilder die eigene Körperwahrnehmung von Frauen?	260
<i>Alina Kessel</i> Female Marketing Sternstunde der Frauen – Der Kunde ist Königin	298
Autorinnen und Autoren.....	323