

## ***Inhaltsverzeichnis***

<b><i>Vorwort und Dank</i></b>	<b><i>IX</i></b>
<b><i>Einleitung</i></b>	<b><i>1</i></b>
<b><i>1. Die Voraussetzungen – »Es ist der Geist, der sich den Körper baut«</i></b>	<b><i>5</i></b>
1.1 Die »Neue Frau« der 20er-Jahre	6
1.2 Familie und Tradition	17
1.3 Unternehmertum im Allgemeinen ...	31
1.4 ...und weibliches im Besonderen?!	42
<b><i>2. Die Ausgangslage – Milieu und Metier</i></b>	<b><i>54</i></b>
2.1 Chemisch-pharmazeutische Industrie in Sachsen im 19. Jahrhundert	55
2.2 Die ersten Kosmetikinstitute und -salons	61
2.3 Berufsbild Kosmetikerin – erste Schritte	64
2.4 Was ist Kosmetik?	68
2.5 Massage	70
2.6 Kosmetik und Hygiene	72
2.7 Kosmetische Stoffe	78
2.8 Naturkosmetik und Naturheilkunde	80
<b><i>3. Gründung und erste Jahre: Das Unternehmen Charlotte Meentzen</i></b>	<b><i>85</i></b>
3.1 Charlotte Meentzen in der Prager Straße	85
3.2 Schwierige Zeiten?! Die Weltwirtschaftskrise 1929 – 1933	91
3.3 Werbung des Unternehmens Charlotte Meentzen in den 1930er-Jahren: Zwei Beispiele	101
<b><i>4. Unter dem Hakenkreuz</i></b>	<b><i>108</i></b>
4.1 Die sächsische Wirtschaft zur NS-Zeit	108
4.2 Frauenbild und weibliche Erwerbstätigkeit	115
4.3 Zwischen Selbstständigkeit und Dienstverpflichtung	122

4.4 Alltagsleben im Dresden der 1930er- und 1940er-Jahre	127
4.5 Naturheilkosmetik als Teil der Naturheilkunde	129
<b>5. Charlotte Meentzens Buch »Heilkräuter im Dienste der Schönheit«</b>	<b>131</b>
5.1 Das Konzept	131
5.2 Der Ratgeber	134
5.3 Der Goldene Schnitt	141
5.4 »Unser Körper als Zellenstaat«	144
5.5 Hilfe zur Selbsthilfe	150
5.6 Selbstbewusstsein	155
5.7 Schönheitspflege, Sport und Mutterschaft	157
5.8 Geschlechterrollen	160
5.9 Meentzens Ratgeber im Werbekurzfilm?!	163
5.10 Tradition und Fortschritt	168
5.11 Abschließende Gedanken	170
Exkurs: Der 13. Februar 1945	176
<b>6. Zurück auf Los: Das Unternehmen Charlotte Meentzen in Nachkriegs- und DDR-Zeiten</b>	<b>182</b>
6.1 »Auferstanden aus Ruinen«	182
Exkurs: INKA-Kosmetik	190
6.2 Wirtschaft in der DDR	196
6.3 Von OHG über KG bis BSB – das Unternehmen Charlotte Meentzen und seine Gesellschaftsformen	204
6.4 Betrieb mit staatlicher Beteiligung – ein zähes Ringen	221
6.5 Betrieb mit staatlicher Beteiligung – weitere Schwierigkeiten	229
<b>7. Einblicke in das Unternehmen Charlotte Meentzen der ausgehenden 1960er-Jahre</b>	<b>240</b>
7.1 Die Produktion	240
7.2 Auswirkungen der Industriepreisreform	246
7.3 »Die Bereitstellung für die gesellschaftliche Arbeit ist jederzeit gesichert«	260

<b>8. Ein »72er-Betrieb«</b>	<b>266</b>
<b>9. Funktion und Präsentation: Das Unternehmen</b>	
<b>Charlotte Meentzen und die Werbung</b>	<b>276</b>
9.1 Werbung in Ostdeutschland	276
9.2 Werbebeispiele des Unternehmens Charlotte Meentzen der 1950er- bis 1970er-Jahre	283
9.3 Frauen-Bilder	291
9.4 Warenzeichen und Produktnamen(n)	296
9.5 Die Werbesprache	301
9.6 Rosmarin für Sonnenbräune	311
9.7 Zusammenfassende Überlegungen	319
<b>10. Die Innenperspektive – Lernen und Arbeiten im Unternehmen Charlotte Meentzen</b>	<b>332</b>
10.1 Kosmetik und Körperpflege als (weibliches) Berufsfeld in der DDR	332
10.2 Die Kosmetikschule	337
10.3 Das Unternehmen als Arbeitgeber	361
10.4 Karriere(n) außerhalb des Unternehmens Charlotte Meentzen	366
10.5 Die staatliche Anerkennung als Kosmetikerin	369
10.6 Gertrud Seltmann	372
<b>11. Charlotte Meentzen im Kreis zeitgenössischer Fachkolleginnen</b>	<b>380</b>
11.1 Wien und Graz	381
11.2 Berlin	392
11.3 Baden-Baden	399
11.4 Leipzig, Hannover und Braunschweig	405
11.5 Gemeinsamkeiten und Unterschiede	414
<b>12. Was bleibt?! Unternehmerischer Neubeginn 1990</b>	<b>417</b>
<b>Quellen- und Literaturverzeichnis</b>	<b>425</b>