

Inhalt

Einleitung	1
Zentrale Forschungsfrage	1
Stand der Forschung	2
Methodik	4
Struktur	5
1. Die Frau im Schaufenster der Gesellschaft	9
1.1 Schauwerbung heute	22
1.2 Die Gesetze der Warenwelt	26
1.3 Die Schaufensterfigur – Galatea der Moderne	28
1.4 Privatsphäre ade – Frauenkörper in der Werbung	34
1.5 Oh, es ist ein Mädchen! – Weiblichkeit als operative Fiktion	40
2. Das Frauenbild im Schaufenster ab den 1950er-Jahren in Westdeutschland	59
2.1 Die ersten Schaufenster in den zerstörten Städten	61
2.2 Die Modebranche wächst	64
2.3 Zurück zur Natur und zur alten Frauenrolle – Familienpolitik der 1950er-Jahre	69
2.4 Idylle in bewegten Bildern – Die Frau in den Medien der 1950er-Jahre	89
2.5 Die neue Frau – Wieder schön im ‚New Look‘	118
2.6 Gute Mädchen – böse Mädchen: Die Sexualmoral der 1950er-Jahre	134
2.7 Endlich Urlaub – Reiselust in den 1950er-Jahren	147
2.8 Körpersegmente oder der Drang zur Fragmentierung des weiblichen Körpers	151
3. Inszenierung von Weiblichkeit in den 1960er-Jahren – Die Verwandlung vom unnahbaren Wesen zur erotischen Kindfrau	156
3.1 Der Einzelhandel im Wettbewerb	157
3.2 Der Rocksaum bewegt sich: Mode	157
3.3 Das Sprachrohr der Jugend: Musik	177
3.4 Wertewandel und sexuelle Revolution	184
3.5 Die Zeitschrift <i>twen</i>	201
3.6 Weibliche Parallelwelten	207

4. Inszenierung von Weiblichkeit in den 1970er-Jahren – Zwischen Emanzipation und objektifizierter Weiblichkeit	211
4.1 Frauen zwischen sexueller Selbstbestimmung und ökonomisierter Sexualität	214
4.2 Mode als Statement.....	228
4.3 Ein weiteres Phänomen der 1970er-Jahre: Weiblich vs. männlich	253
4.4 Die Entwicklung des Einzelhandels	261
5. Im Beruf nichts zu suchen und zu Hause nichts zu tun – die 1980er-Jahre	265
5.1 Der Aufstieg der Designermode: Mode als Statussymbol	265
5.2 Ring frei! – Frau vs. Frau	273
5.3 Emanzipation ja, aber nicht bei der Hochzeit!	292
5.4 Das Beste zum Schluss: ESPRIT DE CORP.....	296
5.5 Der Untergang der Warenhäuser und der Wandel der Schaufensterkultur.....	299
Schlussbetrachtung	301
 Literaturverzeichnis.....	314
Zeitschriftenquellen	314
Forschungsliteratur.....	314
Internetquellen.....	322