

DER INHALT

<i>Vorwort</i>	Seite 5	V. Schiffe, Flugzeuge & Ungewöhnliches	111
I. Die WIKING-Idee	7	<i>Was WIKING sonst noch baute</i>	112
<i>Drahtachser an der Tankstelle</i>	8	<i>Flugzeuge in 1:200</i>	118
<i>Die Vision vom Lehrmittelhersteller</i>	11	<i>Schiffe in 1:1250</i>	121
<i>Stadt im Bild in den 1960er-Jahren</i>	18	<i>Pilot-Modelle mit WIKING-Handschrift</i>	126
<i>Das Markenerlebnis im Handel</i>	24	<i>Auf den Spuren der Plagiate</i>	130
II. Die Modelle & Maßstäbe	29	VI. WIKING macht mobil	135
<i>Verkehrsmodelle in 1:200</i>	30	<i>Die Heras-Autostraße</i>	136
<i>Die unverglaste Epoche</i>	34	<i>Blechstraßen von Biller</i>	140
<i>Der Reiz der Anfangsjahre</i>	37	<i>WIKING Control87</i>	142
<i>Die verglasten Modelle</i>	42	VII. WIKING in der Werbung	145
<i>Die großen Modelle</i>	46	<i>WIKING-Anzeigen der 1950er-Jahre</i>	146
<i>Die unvollendeten Modelle</i>	52	<i>Werbung ist Chefsache</i>	154
<i>Der Maßstab 1:160</i>	56	<i>Markenprofil für die Zukunft</i>	158
III. Sammler & Macher	59	<i>Das Brandenburger Tor</i>	162
<i>Die WIKING-Sammler</i>	60	<i>Werbung mit und über WIKING</i>	164
<i>Gründer Friedrich Peltzer</i>	66	VIII. Die Welt von WIKING	169
<i>Sekretärin Eva Engelmann</i>	72	<i>Die Villa als Teil des Mythos</i>	170
<i>Modelbaumeister Kedzierski</i>	76	<i>Wie Bausätze Marke machen</i>	174
<i>Interview Klaus-Dieter Hinkelmann</i>	80	<i>Das monothematische Sammeln</i>	179
<i>Aus dem Leben des Werkzeugbauers</i>	86	<i>Das Flair der Großstadt</i>	184
<i>Volker Sieper im Gespräch</i>	90		
IV. Themen & Modelle	93		
<i>Wahl von Modell & Farbe</i>	94		
<i>Legendäre Silberlinge</i>	98		
<i>Die Berliner Luftbrücke</i>	101		
<i>Der Straßenbausatz</i>	104		
<i>Klassiker-Revival</i>	106		
<i>Modell-Sets als Absatzturbo</i>	110		