

Inhalt

*ABM - Erfolgsgeschichte einer Warenhauskette - Hans H Mahler, der Inspirator - Globus - die Mutter - Georges Cavelti - der Macher - Das <Büro City> - Geburtsstätte des neuen Warenhauskonzeptes - Maximen für die neuen Kleinpreis-Warenhäuser - Aus <Au Bon Marché> wird ABM - Blitzstart - erstmals volle Selbstbedienung - Georges Cavelti wird Unternehmensleiter des ABM - Wegweisende Werbung von E+U Hiestand - Zehn Jahre ABM - Wichtige Stellung der Filialleiter - Imagewerbung mit ABM-Tragtasche - Vorbildliche Warendeklaration - Kontinuität bei den Lieferanten - Vor allem Eigenmarken - Grosse Herausforderung für die Einkäufer - Die Konkurrenz reibt sich die Augen - Schlagkräftige Administration - Shopping Center Spreitenbach als Meilenstein - Durchgehende Farben und Themen - Profil eines Managers aus den Bergen - Hochkonjunktur - Rezession - Aufschwung - Probleme bei ABM Österreich - Der Motivator geht - Der Niedergang des ABM - Migros übernimmt Globus-Gruppe - ABM in der Abwärtsspirale - Ende mit Oviessa - Epilog

Gestaltungssystem der ABM-Preisetiketten - Von der konkreten Poesie zur neuen Werbesprache des ABM - ABM-Werbung - 1961 Eröffnung Altstätten - 1962 Eröffnung Luzern - Zeitungen - 1963 Zeitungen - Umbau Biel - Umbau-Inserate - 1964 Eröffnung Köniz - Eröffnung Bern-Bethlehem - 1965 Eröffnung St. Gallen - Inseratekampagne - Eröffnung Schwamendingen - 1966 Eröffnung Wettingen - Zeitungen - Jubiläums Inseratekampagne - 1967 Zeitung/Inserate <sympathische Preise> - 1970 Möbel-Inserate, -Zeitungen, - Prospekte - Textildesign - 1984 Eröffnung Chur - 1986 Jubiläums-Inserate, -Plakate - 1987-1989 Prospekte/Plakate - <sympathische gestaltung> oder Die Erfindung des Designs für ABM - Verpackungen ABM-Eigenmarken - Filialeröffnungen