

Björn Weyand

Poetik der Marke

Konsumkultur und literarische Verfahren 1900–2000

DE GRUYTER

Inhalt

Inhalt — VII

Dank — XI

Einleitung

Literatur an der Oberfläche: Die Poetik der Marke –
eine andere Literatur- und Kulturgeschichte der Moderne — 1

- 1 „Once you ‚got‘ Pop ...“: Markenwaren als ein neuer Gegenstand der
Literaturwissenschaften — 4
- 2 Semiologische und kulturpoetologische Abenteuer: Simmel, Barthes
und Greenblatt erkunden die Welt der Warenästhetik — 19
- 2.1 Die Begründung eines kulturwissenschaftlichen Interesses an der
Ästhetik der Waren: Georg Simmel besucht die *Berliner Gewerbe-
Ausstellung 1896* — 19
- 2.2 Faszination und kulturelle Vernetzung einer Marke: Roland Barthes‘
semiologische Lektüre der *Citroën DS* als Mythos des Alltags — 27
- 2.3 Zirkulationsbewegungen zwischen Warenwelt und Literatur:
Mit Stephen Greenblatt am Pool — 33
- 3 Literatur, an der Oberfläche gelesen: Kulturelle und poetologische
Dimensionen von Markenwaren in literarischen Texten. Zur Textauswahl
— 38

Kapitel 1

Die Entdeckung der Oberfläche: Katalog- und Kulturpoetik von Edmund Edels
archivistischer Satire *Berlin W. (1906)* — 47

- 1.1 Archivierung der Oberfläche, Verabschiedung der Höhenmetaphorik
— 50
- 1.2 Warenkunde, Markenkenntnis und der semiologische Mehrwert der
Benennung — 56
- 1.3 Von der Oberfläche der Warenästhetik zur Oberfläche der Textur — 60
- 1.4 Der Umhang von *Gerson* und die kulturpoetische Funktion — 65
- 1.5 „Applanierung aller Werte“: Die Debatte zwischen Sombart und Edel um
Reklame, Kultur und Amerikanismus im *Morgen* — 70
- 1.6 Poetik des (Warenhaus-)Katalogs — 78
- 1.7 Anthropologie des Schaums: Simmels *Philosophie der Mode* — 92

Kapitel 2

Herme(neu)tischer Zauber: Markenwaren als Leitmotive, Fetische und Archivalien wider Willen in Thomas Manns ‚Zeltroman‘ *Der Zauberberg* (1924) — 97

- 2.1 Aus Dichtung wird (beinahe) Wirklichkeit: Eine Nachgeschichte des *Zauberberg* als Vorgeschichte zu seiner Analyse — 101
- 2.2 Sammeln als kulturpoetologische Praktik zwischen *Décadence* und Reklame — 105
- 2.3 Die Grenzen des Symbolischen: Zur Materialität der Dinge im *Zauberberg* und in Spenglers *Untergang des Abendlandes* — 113
- 2.4 „Die sehr schmackhafte Marke namens Maria Mancini“: Die erotischen Konnotationen der Reklame und die Fetischisierung durch Castorp und Hofrat Behrens — 125
- 2.5 Potenzierter Fetischismus: Konvergenzen von Warenästhetik und Psychoanalyse – und Manns Dichtungsprogramm der ‚Beseelung‘ — 140
 - 2.5.1 Das Fetischkonzept der Psychoanalyse — 140
 - 2.5.2 Das Fetischkonzept von Marx — 142
 - 2.5.3 ‚Beseelung‘ — 144
- 2.6 Die *Maria Mancini* als Fetisch der Textur: Zur Semiologie des ‚Leitmotivs‘ — 147
- 2.7 Der ‚hermetische Zauber‘ und das Archiv — 159

Kapitel 3

Die Faszination des Glanzes: Irmgard Keuns Tagebuchroman *Das kunstseidene Mädchen* (1932) im Schnittfeld von Warenästhetik und Film — 168

- 3.1 Denken in Marken, Schreiben wie Film: Die Optik der Oberfläche in zwei poetologischen Schlüsselstellen — 172
 - 3.1.1 Denken in Marken — 172
 - 3.1.2 Schreiben wie Film — 179
- 3.2 Romantik und Sachlichkeit des Konsums – und die doppelte Ökonomie des Wunsches, ein ‚Glanz‘ zu werden — 184
- 3.3 Marken und Masken: Zur *master trope* des ‚Glanzes‘ — 191
- 3.4 ‚Glanz‘ als Element moderner Faszinationsproduktion — 204
 - 3.4.1 Der ‚Glanz‘ der Warenästhetik: Lichtreklame und Schaufenster — 204
 - 3.4.2 Der ‚Glanz‘ des Films: Stars und Medienverbünde — 214
 - 3.4.3 Der ‚Glanz‘ der Konsumierenden: Lesende als Schreibende — 225
- 3.5 Materialästhetik: *Bembergseide* und die poetologischen Synthesen des *Kunstseidenen Mädchens* — 231

Kapitel 4**Geschichte im Präsens: Wolfgang Koeppens rhizomorpher Zeitgeschichtsroman *Tauben im Gras* (1951), *Coca-Cola* und die Kulturpoetik der Zirkulation — 241**

- 4.1 Poetik und Textur von *Tauben im Gras* — 244
- 4.1.1 Die Romantextur, literarhistorisch betrachtet: ‚Krise des Romans‘ — 246
- 4.1.2 Die Romantextur, poetologisch betrachtet: ‚Geschichte im Präsens‘ — 249
- 4.2 ‚Neumodisches Zeug‘ und ‚Symbol der Freundschaft‘: Zur zeitgeschichtlichen Semantik von *Coca-Cola* in *Tauben im Gras* und im Nachkriegsdeutschland des *Marshallplans* — 257
- 4.2.1 ‚Neumodisches Zeug‘: *Coca-Cola* als zeitgeschichtliches Archivalie in *Tauben im Gras* — 258
- 4.2.2 ‚Symbol der Freundschaft‘: *Coca-Cola* in der zeitgenössischen Reklame und im *OMGUS*-Film *Der unsichtbare Stacheldraht* (1951) — 261
- 4.3 Die ‚Geschichte im Präsens‘ und ihr Präteritum: *Coca-Cola* und Amerikanismus in der Weimarer Republik und im Nationalsozialismus — 267
- 4.4 Zur Zirkulation der Dinge und Zeichen — 275
- 4.4.1 Die Tasse der ‚Berliner Manufaktur‘ und *Coca-Cola*: Deutsche und amerikanische Dingkultur um 1950 — 276
- 4.4.2 Zirkulation als kulturpoetologisches Prinzip — 280
- 4.5 Tauben auf dem Markusplatz – Abschied von der *Kritik der Warenästhetik* — 283

Kapitel 5**Die unendliche Zirkulation: Christian Krachts Roman *1979* (2001) und die politische Ökonomie der Zeichen in der Popmoderne — 287**

- 5.1 „Die besten Schuhe der Welt“: *1979* als Geschichte eines Paares Schuhe der Marke *Berluti* — 291
- 5.2 „Die ewig gleiche Wiederholung der Schritte“: Wiederholung und Differenz — 302
- 5.3 Vom Wesen der Dinge zur Oberflächenhaftigkeit der Postmoderne: Martin Heidegger und Frederic Jameson über Schuhe in der Kunst — 308
- 5.4 Filz, oder: Im Reich der Zeichen — 315
- 5.4.1 Filz als textile Metapher der Postmoderne — 316

- 5.4.2 Der ‚glatte‘ Raum und seine Einkerbungen:
Die Kunstlandschaft von 1979 zwischen Diegese,
Selbstreferentialität und Intermedialität — 322
- 5.5 Die *Berliner Gewerbe-Ausstellung 1896* und die Präzession der
Simulakra — 329
- 5.6 *Kool Killer im Camp*: Das Lager, die unendliche Zirkulation und die
politische Ökonomie der Zeichen in der Popmoderne — 338

Ausblick

Die Zukunft der Oberfläche: Perspektiven für eine künftige literatur- und kulturwissenschaftliche Forschung zur Poetik und Kultur der Marke — 346

Literatur- und Medienverzeichnis — 352

- 1 Primärliteratur — 352
 - 1.1 Literarische Primärtexte — 352
 - 1.2 Primärtexte zu Markenwesen und Warenästhetik — 355
 - 1.3 Weitere zeitgenössische Primärtexte — 358
 - 1.4 Literatur- und kulturtheoretische Texte — 365
 - 1.5 Zeitschriften — 369
 - 1.6 Warenkataloge — 370
 - 1.7 Filme und Musik — 370
 - 1.8 Internetquellen — 370
- 2 Sekundärliteratur — 371
- 3 Verzeichnis der Abbildungen — 393

Personenregister — 399

Markenregister — 404

3 Verzeichnis der Abbildungen

Einleitung

- Abb. 1 Ludwig Sütterlin: Plakat für die *Berliner Gewerbe-Ausstellung 1896*. Foto: © MAK – Österreichisches Museum für angewandte Kunst / Gegenwartskunst, Wien.
- Abb. 2 Persiflage auf Sütterlins Ausstellungsplakat, Postkarte. Quelle: Sammlung des Verf.
- Abb. 3 Edmund Edel: Plakat für die *Barrisons*, Persiflage auf Sütterlins Ausstellungsplakat. Quelle: Marina Sauer: *Mit Schirm, Charme und Melone. Der Plakat-künstler Edmund Edel (1863–1934)*. Katalog zu Ausstellung der Stiftung Pommern, Kiel, vom 15. Mai bis 15. Juli 1994. Kiel 1994: Stiftung Pommern.
- Abb. 4–5 Vitrinen in den Ausstellungshallen der *Berliner Gewerbe-Ausstellung 1896*. Quelle: Paul Lindenberg: *Pracht-Album photographischer Aufnahmen der Berliner Gewerbe-Ausstellung 1896*. Berlin o. J. [1896]: The Werner Company. S. 145 u. 159.
- Abb. 6 Anzeigenkampagne für *McDonald's*. Quelle: McDonald's 2003: unternehmerischer Mut mit Erfolg belohnt. Jahresbericht 2003. Beilage, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung, 12. 03. 2004. © McDonald's Deutschland Inc.
- Abb. 7 Anzeige für Pasta und Saucen der Marke *Panzani*. Quelle: <http://www.flickr.com/photos/44407010@N08/4075155255/#/> [10. 12. 2010].
- Abb. 8 *Coca-Cola*-Stand in China, um 1930. Quelle: Ulf Biedermann: *Ein amerikanischer Traum. Coca-Cola: Die unglaubliche Geschichte eines 100jährigen Erfolges*. Hamburg u. Zürich 1985: Rasch und Röhring. S. 47.
- Abb. 9 *Coca-Cola*-Stand vor der Sphinx, 1950er Jahre. Quelle: Ulf Biedermann: *Ein amerikanischer Traum. Coca-Cola: Die unglaubliche Geschichte eines 100jährigen Erfolges*. Hamburg u. Zürich 1985: Rasch und Röhring. S. 115.

Kapitel 1 (*Berlin W.*)

- Abb. 10 Prof. Krüger, Vereinigte Werkstätten München: Damenzimmer. Quelle: *Deutsche Kunst und Dekoration VII (1903/04) 12*, S. 653.
- Abb. 11 M. A. Nicolai, Dresdener Werkstätten für Handwerks-Kunst: Schlafzimmer in Kiefern-Holz weiß gestrichen. Quelle: *Deutsche Kunst und Dekoration VII (1903/04) 4*, S. 241.
- Abb. 12 Anzeige *Henkell Trocken*. Quelle: *Deutsche Kunst und Dekoration VIII (1904/05) 4*, Umschlagrückseite außen. © Henkell & Co. Sektkellerei KG.
- Abb. 13 Anzeige *Burgeff „Grün“*, „*Extra Cuvée*“, „*Jubiläums Cuvée*“, „*Immergrün*“. Quelle: *Kladderadatsch LIX (1906) 19*, Beiblatt zum *Kladderadatsch*, Erstes Beiblatt, n. p. © Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien GmbH.
- Abb. 14 Anzeige *Hamburg-Amerika Linie*. Quelle: *Kladderadatsch LIX (1906) 2*, Beiblatt zum *Kladderadatsch*, Zweites Beiblatt, n. p. © Hapag-Lloyd AG.
- Abb. 15 Anzeige *Continental*-Reifen, entworfen von Edmund Edel, Kunstanstalt Hollerbaum & Schmidt Berlin (o. J.). Quelle: Marina Sauer: *Mit Schirm, Charme und Melone. Der Plakatkünstler Edmund Edel (1863–1934)*. Kiel 1994: Stiftung Pommern. S. 159.
- Abb. 16 Annonce aus den *Fliegenden Blättern* für *Odol*-Mundwasser (1903). Quelle: Henriette Väh-Hinz: *Odol. Reklame-Kunst um 1900*. Gießen 1985: Anabas-Verlag. S. 38. [=Werkbund-Archiv. Bd. 14.] © GlaxoSmithKline Consumer Healthcare GmbH & Co. KG.

- Abb. 17 Die Gartenlaube. Illustriertes Familienblatt, 1905, Nr. 30, Titelseite. © Kelter Verlag.
- Abb. 18 Postkarte: Berlin: Potsdamer Platz mit Blick in die Potsdamer Straße (um 1900). Quelle: <http://images.zeno.org/Ansichtskarten/1/big/AK01694a.jpg> [05. 04. 2013].
- Abb. 19 Edmund Edel: Plakat für *Eulen-Wichse* (o.J.). Quelle: Marina Sauer: Mit Schirm, Charme und Melone. Der Plakatkünstler Edmund Edel (1863–1934). Kiel 1994: Stiftung Pommern. S. 157.
- Abb. 20 Warenhaus *Wertheim*, Berlin: Lichthof und Abteilung für Wein und Spirituosen. Quelle: Mode-Katalog Warenhaus Wertheim, Berlin, 1903/04 [Reprint]. Hildesheim, Zürich u. New York 2000: Olms. S. 1 u. 145. © Georg Olms Verlag AG.
- Abb. 21–25 Regen-Schirme, Wiener Möbel, Salontische, Klassiker-Bibliothek u. Konversationslexika. Quelle: Mode-Katalog Warenhaus Wertheim, Berlin, 1903/04 [Reprint]. Hildesheim, Zürich u. New York 2000: Olms. S. 75, 117, 119, 134 u. 137. © Georg Olms Verlag AG.
- Abb. 26 Korkenzieher. Quelle: Warenkatalog Nr. 20, Manufactum, 2007. S. 203. © MANUFACTUM GmbH & Co. KG, www.manufactum.de.
- Abb. 27 IKEA, Katalog 2009. Cover.
- Abb. 28–30 *Fight Club*. Regie: David Fincher. 1999. Film Stills.

Kapitel 2 (*Der Zauberberg*)

- Abb. 31 Pietro Longhi: Die Morgenschokolade (1775–1780). Quelle: <http://images.zeno.org/Kunstwerke/1/big/1850061a.jpg> [22. 02. 2013].
- Abb. 32 Liegekur in Davos. Postkarte, 1902. Quelle: Thomas Sprecher (Hg.): Aus dem Weg zum „Zauberberg“. Die Davoser Literaturtage 1996. Frankfurt am Main 1997: Vittorio Klostermann. [= Thomas-Mann-Studien. Bd. 16.] Nach S. 96.
- Abb. 33 Szene aus dem *Tannhäuser*. Sammelmarten, Hartwig & Vogel Kakao, Dresden, 1909. Quelle: Bernhard Jussen (Hg.): Reklame-Sammelbilder. Bilder der Jahre 1870–1970 mit historischen Themen. Berlin 2008: Directmedia Publishing. [= Atlas des Historischen Bildwissens. Bd. 2.]
- Abb. 34 Odysseus und die Sirenen. Gartmann Sammel-Album, Serie 121–150, Gartmann, Ch. L., Kakao, Altona, 1905. Quelle: Bernhard Jussen (Hg.): Reklame-Sammelbilder. Bilder der Jahre 1870–1970 mit historischen Themen. Berlin 2008: Directmedia Publishing. [= Atlas des Historischen Bildwissens. Bd. 2.]
- Abb. 35 Doppel-Schrauben-Schnell-Dampfer. Berger's Schokoloaden. Quelle: Bernhard Jussen (Hg.): Reklame-Sammelbilder. Bilder der Jahre 1870–1970 mit historischen Themen. Berlin 2008: Directmedia Publishing. [= Atlas des Historischen Bildwissens. Bd. 2.]
- Abb. 36 Entwicklung des künstlichen Lichtes. Berger's Sammel-Album 5, Serien 1–25, Berger, Robert, Schokoladenfabrik, Pössneck, 1910. Quelle: Bernhard Jussen (Hg.): Reklame-Sammelbilder. Bilder der Jahre 1870–1970 mit historischen Themen. Berlin 2008: Directmedia Publishing. [= Atlas des Historischen Bildwissens. Bd. 2.]
- Abb. 37 Mercurius. Sammelbild, *Stollwerck'sche Chocolate* (um 1900). Quelle: Bernhard Jussen (Hg.): Reklame-Sammelbilder. Bilder der Jahre 1870–1970 mit historischen Themen. Berlin 2008: Directmedia Publishing. [= Atlas des Historischen Bildwissens. Bd. 2.]

- Abb. 38 Verpackung der ersten *Gala Peter*-Milchschokolade. Quelle: Nestlé Historical Archives, Vevey. © Société des Produits Nestlé S. A.
- Abb. 39 *Chlorodont*, Emailschild (um 1925). Quelle: Thomas Gubig u. Sebastian Köpcke: Alles begann mit CHLORODONT. Eine Firmengeschichte aus Dresden. O. O. [Dresden] 2007: Dental-Kosmetik GmbH & Co. KG. S. 27. © Werksarchiv der DENTAL-Kosmetik GmbH & Co. KG Dresden.
- Abb. 40 *EOS einzig klarbleibendes Mund- u. Zahnwasser*, Reklameanzeige (1905). Quelle: Die Praktische Berlinerin (1905) 33, S. 606.
- Abb. 41 *Künstliche Höhensonne*, Reklameanzeige [ca. 1920er Jahre]. Quelle: Archivbestand der *Heraeus Noblelight GmbH*. © Heraeus Noblelight GmbH.
- Abb. 42 *Künstliche Höhensonne*, Gruppenbestrahlung. Quelle: Geh. Sanitätsrat Dr. Hugo Bach: Anleitung und Indikationen für Bestrahlungen mit der Quarzlampe „Künstliche Höhensonne“. Würzburg u. Leipzig 1918: Verlag von Kurt Kabitzsch. S. 16.
- Abb. 43 „Beschleunigte Heilung unserer Verwundeten.“ Anzeige für die *Künstliche Höhensonne* (1914). Quelle: Archivbestand der *Heraeus Noblelight GmbH*. © Heraeus Noblelight GmbH.
- Abb. 44 *Maria Mancini*. Quelle: Katalog *Hagedorn & Söhne*, 1905.
- Abb. 45 *Odol*, Annonce, 1907. Quelle: Michael Weisser: Deutsche Reklame. 100 Jahre deutsche Werbung 1870–1970. Ein Beitrag zur Kunst- und Kulturgeschichte. Bassum 2002: Doell-Verlag. S. 5. © GlaxoSmithKline Consumer Healthcare GmbH & Co. KG.
- Abb. 46 *Kupferberg Gold*, Annoncen, 1910. Quelle: Michael Weisser: Deutsche Reklame. 100 Jahre deutsche Werbung 1870–1970. Ein Beitrag zur Kunst- und Kulturgeschichte. Bassum 2002: Doell-Verlag. S. 143. © Henkell & Co. Sektellerei KG.
- Abb. 47 Wilhelm von Gloeden: Liegender Knabe (1899). Quelle: Eva-Monika Turck: Thomas Mann. Fotografie wird Literatur. München, Berlin u. a. 2003: Prestel. S. 65.
- Abb. 48 „*Koche auf Vorrat!*“. Kochbuch der *J. Weck G.m.b.H.*, um 1905. Quelle: „*Koche auf Vorrat!*“. Handbuch für die Frischhaltung aller Nahrungsmittel mit den „*Weck'schen Einrichtungen*“. 1. Bändchen: Obst, Gemüse, Pilze, Obst- und Bienen-säfte, Mus, Marmelade, Kraut, Gelee und Latwerge. Oeflingen o. J. [ca. 1905]: *J. Weck G.m.b.H.*, S. 15. © *J. WECK GmbH u. CO. KG*.
- Abb. 49 Quelle: Nomos-Uhr-Gesellschaft: Die moderne Taschenuhr. Glashütte in Sachsen o. J. [ca. 1907]. S. 78.
- Abb. 50 Schwur auf dem Rütli. Hartwig & Vogel, Kakao, Dresden, 1909. Quelle: Bernhard Jussen (Hg.): Reklame-Sammelbilder. Bilder der Jahre 1870–1970 mit historischen Themen. Berlin 2008: Directmedia Publishing. [= Atlas des Historischen Bildwissens. Bd. 2.]
- Abb. 51 Zigarrensorte *Thomas Mann*, 1931. Quelle: Bärbel Schrader u. Jürgen Schebera: Die „goldenen“ zwanziger Jahre. Kunst und Kultur der Weimarer Republik. Wien, Köln u. Graz 1987: Hermann Böhlau Nachf. S. 193.

Kapitel 3 (*Das kunstseidene Mädchen*)

- Abb. 52 Trias: Anzeige für *Bulgaria Krone*. (o. J.). Quelle: Hellmut Rademacher u. René Grohnert (Hg.): Kunst! Kommerz! Visionen! Deutsche Plakate 1888–1933. Ausstellungskatalog des Deutschen Historischen Museums, Berlin. Heidelberg 1992: Edition Braus. S. 200. © Stiftung Deutsches Historisches Museum, Berlin.

- Abb. 53 Anzeige für *Atikah Auslese*. Quelle: Die Dame (Oktober 1928) 1, S. 79.
- Abb. 54 Plakat für *Kaffee Hag*, 1925, Entwurf: Eduard Scotland im Auftrag der Kaffee-Handels-Aktiengesellschaft (Kaffee HAG). Quelle: A. Halbert: Praktische Reklame. Hamburg 1927: Falken-Verlag. S. 99. © Mondeléz International, Archives & Information Resources.
- Abb. 55 Anzeige für *Tavannes Watch Co*. Quelle: Die Dame (1928) 3, S. 86.
- Abb. 56 Anzeige für „*Setilose*“-Wäsche. Quelle: Das Magazin 6 (1931) 71, S. 4981.
- Abb. 57 Anzeige für *Bemberg-Strümpfe*, „Der Strumpf aus Bemberg-Seide – Der Liebling der Frauen“. Quelle: Die Dame (1928) 5, S. 63.
- Abb. 58 Anzeige für *Mercedes Benz*, 1928. Quelle: Die Dame (1928) 1, unpag. © Daimler AG, Mercedes-Benz Classic Archive, Stuttgart.
- Abb. 59 *Der Kongreß tanzt*. Uraufführung am Ufa-Palast am Zoo, Berlin. Quelle: Klaus Kreimeler: Die Ufa-Story. Geschichte eines Filmkonzerns. München u. Wien 1992: Carl Hanser. S. 233.
- Abb. 60 Theo Rockenfeller: Berlin Friedrichstraße, 1926. © ullstein bild.
- Abb. 61–64 Filmstills aus *Asphalt*, Regie: Joe May. Dtlid. 1929.
- Abb. 65 *Seidels Reklame*, Titelblatt, Oktober 1928.
- Abb. 66 Anzeige für *Coty*. Quelle: Die Dame (1928) 3, S. 61.
- Abb. 67 Friedrich Kiesler: Film Guild Cinema, Auditorium mit „Screen-o-scope“, New York 1929 (Foto: Ruth Bernhard). PHO 2805/0. © 2013 Österreichische Friedrich und Lillian Kiesler-Privatstiftung.
- Abb. 68 *Ufa-Kino Berlin mit Außenwerbung für Fritz Langs Metropolis*. Quelle: Karl Nöthling: Werbefront – Werbefenster – Ladenraum. In: Seidels Reklame. Das Blatt für Werbewesen und Verkaufstechnik, 12 (1928) 10, S. 454–457, hier S. 454.
- Abb. 69 Anzeige für *Erfahrene Frau gesucht* (1929), den ‚neuen Film mit Colleen Moore‘. Quelle: Film-Kurier, 1929, unpag.
- Abb. 70 Marlene Dietrich als Testimonial für *Bemberg-Strümpfe*, 1927. Quelle: http://www.deutsches-strumpfmuseum.de/technik/garne/kunstseide/Bild_06.htm. [30. 10. 2009]. Mit freundlicher Genehmigung der Marlene Dietrich Collection GmbH, München, sowie des Deutschen Strumpfmuseums/KulturBüro Schödel.
- Abb. 71 Anzeige für Marlene Dietrichs Filmschlager auf *Electrola*-Platten. Quelle: Der Querschnitt XI (Mai 1931) 5, S. 361. Mit freundlicher Genehmigung der Marlene Dietrich Collection GmbH, München.
- Abb. 72 Richard Tauber als Testimonial für *Mercedes Benz*. Quelle: Michael Jürgs: Gern hab' ich die Frau'n geküßt. Die Richard-Tauber-Biographie. München 2000: List. Unpag. Abb.teil nach S. 32. © Daimler AG, Mercedes-Benz Classic Archive, Stuttgart.
- Abb. 73 Anzeige *Dorndorf Schuhe*. Quelle: Die Dame (1928) 2, S. 54.

Kapitel 4 (*Tauben im Gras*)

- Abb. 74 ‚Symbol der Freundschaft‘. *Coca-Cola*-Kampagne, 1951. Quelle: Helmut Fritz: Das Evangelium der Erfrischung. Coca-Colas Weltmission. Reinbek bei Hamburg 1985: Rowohlt. S. 19.
- Abb. 75–76 Der unsichtbare Stacheldraht. BRD 1951. Regie: Eva Kroll, Drehbuch: Jochen Huth. Filmstills.
- Abb. 77–79 *Coca-Cola* als Sponsor der *Deutschen Fußballmeisterschaft 1936*, der *Deutschlandfahrt* und der *Olympischen Spiele 1936*. Quelle: Helmut Fritz: Das Evangelium

- der Erfrischung. Coca-Colas Weltmission. Reinbek bei Hamburg 1985: Rowohlt. S. 77, 75 u. 76.
- Abb. 80 *Coca-Cola* als Sponsor der *Deutschen Skimeisterschaft* 1938. Quelle: Volker Ilgen u. Dirk Schindelbeck: Am Anfang war die Litfaßsäule. Illustrierte deutsche Reklamegeschichte. Darmstadt 2006: Primus Verlag. S. 114.
- Abb. 81 *Coca-Cola*, Anzeige aus dem *Illustrierten Beobachter*, 1939. Quelle: Mark Pendergrast: Für Gott, Vaterland und Coca-Cola. Die unautorisierte Geschichte der Coca-Cola-Company. München 1993: Heyne. (Abbildungsteil)
- Abb. 82 Selbstpräsentation des *Coca-Cola*-Konzerns auf der Reichsausstellung *Schaffendes Volk* in Düsseldorf, 1937. Quelle: Stefanie Schäfers: Vom Werkbund zum Vierjahresplan. Die Ausstellung Schaffendes Volk, Düsseldorf 1937. Düsseldorf 2001: Droste. S. 231.
- Abb. 83 *Coca-Cola* zieht mit der Deutschen Wehrmacht in den Zweiten Weltkrieg, 1939. Quelle: Ulf Biedermann: Ein amerikanischer Traum. Coca-Cola: Die unglaubliche Geschichte eines 100jährigen Erfolges. Hamburg u. Zürich 1985: Rasch und Röhring. S. 62.
- Abb. 84 Reklame für *Coca-Cola* mit dem ‚Wieder da‘-Slogan, 1949. Quelle: Peter Aldenrath: Die Coca-Cola-Story. Wie Erfolge gemacht werden. Nürnberg 1999: Tessloff Verlag. [= Was ist Was Business]. S. 57.
- Abb. 85 Anzeige „Ein großer Augenblick! Endlich wieder Persil“, 1948. Quelle: Dirk Schindelbeck: Marken, Moden und Kampagnen. Illustrierte deutsche Konsumgeschichte. Darmstadt 2003: Primus Verlag. S. 20. © Henkel AG & Co. KGaA.
- Abb. 86 Anzeige „Endlich wieder Nivea Zahnpasta“, 1949. Quelle: Michael Kriegeskorte: Werbung in Deutschland 1945–1965. Köln 1992: DuMont. S. 19. © Beiersdorf Aktiengesellschaft.
- Abb. 87 *Coca-Cola*-Kampagne auf dem Markusplatz, Venedig. Quelle: Ulf Biedermann: Ein amerikanischer Traum. Coca-Cola: Die unglaubliche Geschichte eines 100jährigen Erfolges. Hamburg u. Zürich 1985: Rasch und Röhring. S. 110/111.
- Kapitel 5 (1979)
- Abb. 88 Mitglieder des *Swann-Clubs* putzen ihre *Berluti*-Schuhe mit Champagner der Marke *Dom Pérignon*. Quelle: <http://www.berluti.com/#/lounge/swann> [20. 10. 2010].
- Abb. 89 Vincent van Gogh (Dutch, 1853–1890): A Pair of Boots, 1887. Oil on canvas. 12 7/8 × 16 1/4 in. (32.7 × 41.3 cm.) © The Baltimore Museum of Art: The Cone Collection, formed by Dr. Claribel Cone and Miss Etta Cone of Baltimore, Maryland, BMA 1950.302. Photography By: Mitro Hood.
- Abb. 90 Andy Warhol: Diamond Dust Shoes, 1980. Quelle: Frederic Jameson: Postmodernism, or, The Cultural Logic of Late Capitalism. London u. New York 1991: Verso. Unpaginierter Abbildungsteil, nach S. 10. © 2013 The Andy Warhol Foundation for the Visual Arts Inc. / Artists Rights Society (ARS), New York.
- Abb. 91 Traditional Fit Blue with Green Madras Boxers von *Brooks Brothers*. Quelle: <http://www.lyst.com/clothing/brooks-brothers-traditional-fit-blue-with-green-madras-boxers/#fullscreen=img8221729> [28. 08. 2012]
- Abb. 92 Swastika-Shirt von Vivienne Westwood für die *Sex Pistols*, 1970er Jahre. Quelle: [o. Verf.]: Intertextuality In Fashion, <http://www.metapedia.com/wiki/index.php?title=Bcd8> [05. 10. 2010].

- Abb. 93 Die Swastika als buddhistisches Symbol auf dem Thron des Regenten Reting Rim-potsche während Minderjährigkeit des jetzigen Dalai Lama. Quelle: Heinrich Harrer: Meine Tibet-Bilder. Text: Dr. Heinz Woltereck. Seebuck am Chiemsee 1953: Heering-Verlag. S. 75. © Marktgemeinde Hüttenberg.
- Abb. 94 Christian Kracht: 1979. Köln 2001: Klepenheuer & Witsch. (Cover) © Verlag Klepenheuer & Witsch GmbH & Co. KG.
- Abb. 95–96 Tibetische Pilger, fotografiert von Heinrich Harrer. Quelle: Heinrich Harrer: Meine Tibet-Bilder. Text: Dr. Heinz Woltereck. Seebuck am Chiemsee 1953: Heering-Verlag. S. 129. *Die erste Abbildung ist auch enthalten in:* Ders.: Sieben Jahre in Tibet. Mein Leben am Hofe des Dalai Lama. Wien 1952: Ullstein. Nach S. 44. © Marktgemeinde Hüttenberg.
- Abb. 97 Tibetische Pilger In Jean-Jacques Annauds Verfilmung *Seven Years in Tibet*. Quelle: *Seven Years in Tibet*. Regie: Jean-Jacques Annaud. USA u. Großbritannien 1997. (Filmstill)
- Abb. 98 Kreis-Choreographie aus *Footlight Parade* (1933) von Busby Berkeley. Quelle: <http://pruned.blogspot.com/2010/07/pruned-v20.html> [20. 10. 2010].
- Abb. 99 ‚Alt-Berlin‘ auf der *Berliner Gewerbe-Ausstellung 1896*. Quelle: Paul Lindenberg: Pracht-Album photographischer Aufnahmen der Berliner Gewerbe-Ausstellung 1896. Berlin o. J. [1896]: The Werner Company. S. 47.
- Abb. 100 ‚Kairo‘ auf der *Berliner Gewerbe-Ausstellung 1896*. Quelle: Paul Lindenberg: Pracht-Album photographischer Aufnahmen der Berliner Gewerbe-Ausstellung 1896. Berlin o. J. [1896]: The Werner Company. S. 189.
- Abb. 101 *Calvin Klein*-Kampagne für *Obsession*, 1994. (Model: Kate Moss. Fotograf: Mario Sorrenti.) <http://www.supermodelstars.com/advertisings/calvinklein/images/calvinklein-obsession-19950101-katemoss.jpg> [18. 10. 2010].
- Abb. 102 Alan Schechner: Self Portrait at Buchenwald: It's the Real Thing, 1991–93. Quelle: <http://dottycommies.com/holocaust01.html> [20. 02. 2013]. © Alan Schechner.
- Abb. 103 Zbigniew Libera: LEGO Concentration Camp, 1996. Quelle: Norman L. Kleeblatt (Hg.): *Mirroring Evil. Nazi Imagery/Recent Art*. New York, New Brunswick, New Jersey u. London 2001: The Jewish Museum New York u. Rutgers University Press. S. 76. © images courtesy of Raster gallery, Warsaw.

Trotz intensiver Recherchen konnten nicht in allen Fällen die Inhaber der Bildrechte ausfindig gemacht werden. Bei bestehenden Rechtsansprüchen wenden Sie sich bitte an den Verlag.