



Ralf Nöcker

Die Marken-Macher

Wie die deutsche Werbebranche erwachsen wurde

176 Seiten, Hardcover

19,90 € (D), 20,50 € (A)

ISBN: 978-3-95601-150-4

Dienstag, 22. Mai 2018

Kreative Macher und ihre Kampagnen

Die Lila-Kuh von Milka ist bekannt wie ein bunter Hund und gehört zur Geschichte der Werbung wie der Hirsch zu Jägermeister. Dabei ist die Entwicklung der Werbebranche, deren historischen Anfänge im 19. Jahrhundert liegen, voll mit Vorurteilen und auch Geheimnissen verknüpft. Anhand von persönlichen Erlebnissen, gespickt mit lustigen und spannenden Anekdoten, wird in diesem Buch auf unterhaltsame Weise die Entwicklung der Werbung und Agenturen in Deutschland präsentiert.

Dazu zeigt Branchenexperte Ralf Nöcker die Ursprünge auf – erzählt von denen, die sie gemacht haben, und von bisher unveröffentlichten Hintergründen zur deutschen Wirtschaftsgeschichte. Aber vor allem ist es die Geschichte von Machern, von Pionieren der deutschen Werbebranche, die in diesem Buch das Wort erhalten, um aus dem Nähkästchen zu plaudern, darunter Lothar S. Leonhard, Holger Jung, Georg Baums oder Sebastian Turner.

Ein Buch für die Agenturleute von heute, für Marketingverantwortliche und für alle, die sich für Werbung begeistern können.

Der Autor:

Ralf Nöcker, Dr., ist der Geschäftsführer des Gesamtverbands Kommunikationsagenturen. Als Wirtschaftsredakteur der Frankfurter Allgemeinen Zeitung mit den Themenschwerpunkten Unternehmensberatung und Marketing berichtet er über die gesamte Werbebranche. Zudem fungierte er mehrere Jahre bei Kienbaum Consultants International als stellvertretender Leiter der Unternehmenskommunikation und ist jetzt noch in verschiedenen Verbänden der Werbebranche in leitenden Funktionen tätig.

Frankfurter Allgemeine Buch publiziert Wissen für Fach- und Führungskräfte mit den Schwerpunkten Management, Job & Karriere, Finanzen und Kommunikation. Weitere spannende und informative Titel finden Sie unter www.fazbuch.de. Mehr Wissen mit Frankfurter Allgemeine Buch!

Kontakt: Bianca Labitzke, Frankfurter Allgemeine Buch, Frankenallee 71–81, 60327 Frankfurt am Main
Telefon (069) 7501-4450 • Telefax (069) 7501-4460 • E-Mail bianca.labitzke@fazbuch.de

Inhalt

1. Vorwort	7
2. Werbung in Deutschland – ein kurzer historischer Abriss	9
2.1 Vom neunzehnten Jahrhundert bis 1918	9
2.1.1 Die Annoncen-Expedition	9
2.1.2 Werbeboom in der Gründerzeit	11
2.2 Zwischenkriegszeit und Nationalsozialismus	12
2.2.1 Goldene Zwanziger Jahre	12
2.2.2 Die Amerikaner kommen, Teil eins	13
2.2.3 Werbung im Nationalsozialismus	14
2.3 Nachkriegszeit bis 1970	16
2.3.1 Neuorientierung und Wirtschaftswunder	16
2.3.2 Die Amerikaner kommen, Teil zwei	17
2.3.3 Die sechziger Jahre	17
2.3.4 Zum Beispiel: Das Werbejahr 1965	20
2.3.5 Werbung in der DDR	22
3. Werbung in Deutschland – die Geschichte in O-Tönen	25
3.1 Die fünfziger und sechziger Jahre	25
3.2 Die siebziger Jahre	37
Exkurs: GGK – Keimzelle der kreativen Hot-Shops	43
3.3 Die achtziger Jahre	66
Exkurs: Springer & Jacoby und der Aufstieg von Hamburg	85
3.4 Die neunziger Jahre	100
Exkurs: Lintas – der gestürzte Branchenprimus	114
3.5 Die Nuller Jahre	121
3.6 2010 ff.	131
4. Ausblick – wohin geht die Reise?	140
5. Die Marken-Macher	145
5.1 Gesprächspartner	145
5.2 Wer leider fehlt	152

Stichwortregister	161
Literatur	164
Links	166
Weitere nützliche Quellen	167
Abbildungsverzeichnis	168
Deutschlands führende Agenturen heute	170
Autor	176