

# Inhaltsverzeichnis

Einleitung. . . . .	.7
Körper in der Werbung als kulturwissenschaftliches Forschungsfeld. . . . .	.9
Hyperkörper in der Anzeigenwerbung: Phänomenologie. . . . .	.20
Stereotype und >Normale<. . . . .	.20
Wirklichkeit und Inszenierung. . . . .	.33
Ideale und Gegenbilder. . . . .	.34
Hyperkörper des 20. Jahrhunderts: Eine Chronologie in 60 Bildern. . . . .	.45
Aspekte der Körpergeschichte des 20. Jahrhunderts in Beispielen. . . . .	.67
Krawatten für die Füße: Eine Sockenkampagne. . . . .	.67
Der öffentliche Bauch: Eine nackte Schwangere. . . . .	.81
Elbeo für den Herrn: Eine Anzeige zum Kreischen. . . . .	.94
Speerwerferinnen: Eine typologische Ähnlichkeit. . . . .	.105
Hyperkörper in der Anzeigenwerbung: Ein Fazit.....	127
Anmerkungen. . . . .	.130
Literaturverzeichnis. . . . .	.137
Abbildungsverzeichnis. . . . .	.141
Mein Dank. . . . .	.143