

Advertising from the Mad Men Era

(Link zum Artikel: <http://www.createordie.de/cod/buchtipps/000943>)

Mid-Century Ads



- **Autor/in:** Jim Heimann, Steven Heller
- **Verlag:** Taschen Verlag
- **Seiten:** 720
- **erschienen:** 2012
- **Preis:** 39,99 Euro
- **ISBN:** 978-3836528344

10/10 Punkte

Spiegelt die Werbung eigentlich die Befindlichkeit der Gesellschaft wieder oder verhält es sich etwa umgekehrt? Eine Frage, die spätestens seit dem endgültigen Siegeszug des Kapitalismus in der Mitte des letzten Jahrhunderts immer mehr an Relevanz gewonnen hat. Heute würde man wahrscheinlich dahin tendieren, der Werbung die ungeheure Macht zuzusprechen, die Gesellschaft zu beeinflussen: Wir definieren uns über unser neues, hippestes Smartphone, unseren schicken Modestapel und streben das Schönheitsideal der Magermodels an, die sie uns verkaufen.

Anders möchte man die Frage dagegen beantworten, wenn es um unser Moralempfinden geht, beispielsweise wenn wir in der Fernsehserie „Mad Men“ chauvinistische, rauchende Sexisten sehen, die sich einen Whiskey nach dem anderen reinziehen – oder wenn wir einen Blick auf die tatsächliche Werbung dieser Ära werfen. Der zweibändige Bildband „Advertising from the Mad Men Era“ von Jim Heimann und Steven Heller ist keinem schockierend sexistischem Drehbuch entsprungen. Hier findet man den echten Sexismus, Tabak, Alkohol, wunderschöne Autos und vieles mehr.

Doch es wäre nicht fair, die Werbemacher der 50er und 60er Jahre allein auf ihre sexistischen Attitüden, die Vorliebe für Alkohol und Tabak oder auch ihren latenten Rassismus zu reduzieren, der in manchen Anzeigen mitschwingt. Hier waren Fachleute am Werk, die noch ohne Photoshop, InDesign und Co. gearbeitet haben. Man sieht handgezeichnete Illustrationen, Grafikdesign und vor allen Dingen Models mit weiblichen Rundungen, die heutzutage der Bildbearbeitung zum Opfer fallen würden. So gesehen war die Werbung damals wenigstens optisch betrachtet ein unverzerrter Spiegel der Gesellschaft.

Die Welt der Werbung aus der Mitte des letzten Jahrhunderts ist farbenfroh, anstößig, lustig, unfassbar, genial und erstreckt sich in zwei Bänden auf über 700 Seiten. Man erfährt Hintergründe über die jeweiligen Epochen und beginnt, die Werbung aus anderen Blickwinkeln zu sehen. Größtenteils allerdings lassen die Autoren die Werbung für sich sprechen – und das konnte sie damals wie heute schon immer am Besten.

Buch bei Amazon bestellen...