



**Die deutsche Konsum-
gesellschaft Ost und West
der 1950er bis 1980er Jahre**
Bedingungen – Ausprägungen –
(audio)visuelle Repräsentationen

Herausgegeben von
PD Dr. Sigrun Lehnert und
Dr. Anke Steinborn

2026, 224 S., brosch., 59,- €

ISBN 978-3-7560-3327-0

E-Book 978-3-7489-6261-8

(Konsum und Kultur – Geschichte und
Gegenwart, Bd. 1)



Warum lohnt sich ein Blick auf die Konsumkultur des geteilten Deutschlands? Der Sammelband bietet einen facettenreichen Einblick in die Konsumgesellschaften Ost- und Westdeutschlands der 1950er bis 1980er Jahre. Anhand von TV-Formaten, Spielfilmen und Wochenschauen, aber auch von Fotografien, Plakaten und städtebaulichen Entwürfen wird aufgezeigt, wie Konsumvorstellungen, soziale Leitbilder und politische Zielsetzungen visuell verhandelt wurden. Der Band verbindet geschichts-, kultur- und medienwissenschaftliche Perspektiven. Er richtet sich an Fachpublikum ebenso wie an alle, die die Wechselwirkungen von Konsum, Gesellschaft und Medien kritisch verstehen möchten.

Mit Beiträgen von

Miriam Bräuer-Viereck | Sigrun Lehnert | Judith Riemer | Brigitte Rigaux-Pirastru | Anke Steinborn | Jan Uelzmann | Jonathan Voges | Adrian Wetter

Digital verfügbar auf [inlibra.com](https://www.inlibra.com)

Bestellen Sie im Buchhandel oder versandkostenfrei unter [nomos-shop.de](https://www.nomos-shop.de) | Kundenservice +49 7221 2104-222 | service@nomos.de

Alle Preise inkl. Mehrwertsteuer



Nomos



**Die deutsche Konsum-
gesellschaft Ost und West
der 1950er bis 1980er Jahre**

Bedingungen – Ausprägungen –
(audio)visuelle Repräsentationen

Edited by
PD Dr. Sigrun Lehnert and
Dr. Anke Steinborn

2026, 224 pp., pb., € 59.00

ISBN 978-3-7560-3327-0

E-Book 978-3-7489-6261-8

(Konsum und Kultur – Geschichte und
Gegenwart, vol. 1)

In German



Why is it worth taking a look at the consumer culture of divided Germany? This anthology offers a multifaceted insight into the consumer societies of East and West Germany from the 1950s to the 1980s. Using TV formats, feature films and newsreels, as well as photographs, posters and urban designs, it shows how consumer ideas, social models and political objectives were visually negotiated. The volume combines perspectives from history, cultural studies and media studies. It is aimed at specialist audiences as well as anyone who wants to gain a critical understanding of the interactions between consumption, society and the media.

With contributions by

Miriam Bräuer-Viereck | Sigrun Lehnert | Judith Riemer | Brigitte Rigaux-Pirastru | Anke Steinborn | Jan Uelzmann | Jonathan Voges | Adrian Wetter

Available digitally at [inlibra.com](https://www.inlibra.com)

Available in bookstores or free of shipping costs at [nomos-shop.de](https://www.nomos-shop.de) | Customer Service +49 7221 2104-222 | service@nomos.de

All prices include VAT



Nomos