

# Inhalt

Tabakwerbung im Wandel der Zeit: Zur Einleitung <i>Frank Jacob</i> .....	7
Raucher und Sammler Die Werbestrategien der amerikanischen Tabakindustrie des späten 19. Jahrhunderts <i>Frank Jacob</i> .....	19
Von der Werbung zur Anti-Werbung? Ein kulturwissenschaftlicher Beitrag zum (Mehr-)Wert bildlicher Darstellungen auf Zigarettenpackungen <i>Hans Jörg Schmidt</i> .....	53
Risiko-Marketing Inszenierungen der Zigarette in der Bundesrepublik <i>Gerulf Hirt</i> .....	87
»Zu Zeiten Shakespeares gab es noch keine Zigaretten <i>Drug</i> (Freund)« Das Rauchen auf der Leinwand in der Sowjetunion während der Brežnev-Epoche (1964 bis 1982) <i>Alexander Friedman</i> .....	127

»Da kann der Marlboro-Cowboy  
halt nicht gegen anreiten«

Die doppelte Transformation der DDR-Zigarettenmarke  
»f6« zwischen ostdeutscher Identität  
und nachwachsender Generation

*Sven Steinberg* ..... 149

**Autoren** ..... 165