1858
Danmarks første reklamebureau åbner, J. Wolff & Co.

1870
Første danske reklameskilte opsættes

1913
Henry Ford indfører samlebånd på sin fabrik

1922
Første radioudsendelse i Danmark

1924
Handelshøjskolen begynder at undervise i reklame

1935
Lillebæltsbroen indvies

Markedsføring med sælgere og reklamer skaber behov

I industriens unge år tænkte man ikke så meget i reklame og branding af produkter. Nogle få store succesfulde fabrikanter udviklede imidlertid stærke mærkevarer i 1800-tallet inden for f.eks. øl og tobak. Dette fænomen udbredte sig hastigt i 1900-tallet, efterhånden som velstanden steg, og producenterne forsøgte at sælge varer, der måske ikke dækkede primære menneskelige behov. Reklameindustrien blev professionaliseret fra 1920'erne med målrettede uddannelser og reklamebureauer under inspiration fra USA.
Især husmoderen blev hurtigt en oplagt målgruppe. I takt med at brugen af elektricitet i private hjem udbredtes, udviklede industrien en lang række produkter, som en ægte husmor ikke kunne undvære i hjemmet. Derfor mødte hun reklamer for alt fra strygejern og støvsugere til elkomfur og radio i ugebladet, avisen, på gaden, i biografen og hos købmanden.

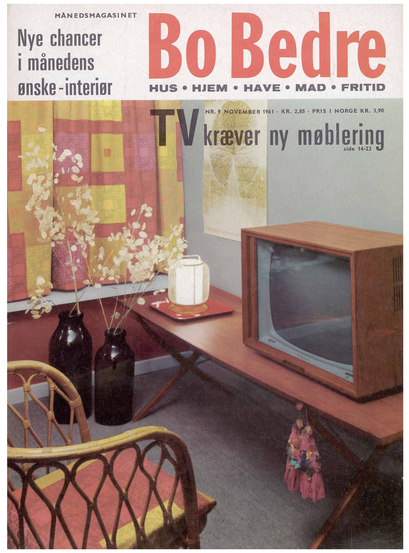
Blikfang og en let aflæselig pointe er afgørende for reklamens virkning. Ingen er her i tvivl om, at Persil vasker tøjet helt rent.

Husmoderen blev mål for mange reklamekampagner.

Reklamens magt over forbrugeren medførte forandringer i byens rum. Også hos denne købmand i 1950´erne.

Danmark blev et industrisamfund

I slutningen af 1950'erne oversteg den industrielle sektors produktionsværdi landbrugets, og Danmark havde fuldført sin transformation fra landbrugsland til industriland. Udover de omfattende teknologiske forandringer i landbruget og i industrien var industrisamfundets kendetegn, at danskerne fik forbrugsgoder til hjemmet, kortere arbejdstid og mere fritid og ferie. Samfundet ændrede sig gradvist mod det, vi kender i dag, båret frem af en stærkt voksende eksport og en hidtil uset velstandsforøgelse i 1960'erne.
Industriens vækst i perioden fandt primært sted i provinsen, hvor København tidligere havde været det industrielle center. Drivkræfterne for den nye lokalisering var lave grundpriser, arbejdskraftsreserver i form af overflødiggjorte arbejdere fra landbruget samt politisk tilskyndelse i form af Egnsudviklingsloven i 1958.



Øget velstand gav danskerne mulighed for at omgive sig med forbrugsgoder, som kun få havde mulighed for en generation tidligere.

Dansk landbrug blev lillebror i forhold til industrien i

Danmarks økonomiske vækst medførte også, at danskernes boligforhold blev væsentligt forbedret.