

AUFGESPÜRT

Videospiele und Sportwagen

Der Grafiker, Autor und Historiker Jim Heimann lebt in Los Angeles und lehrt am Art Center College of Design im kalifornischen Pasadena. Heimann ist Herausgeber der „All-American Ads“ des Taschen-Verlags.

Die dicken Bände dieser Reihe sind ein kultureller Streifzug durch die US-amerikanische Werbewelt des 20. Jahrhunderts. Jedes Buch behandelt jeweils ein Jahrzehnt und zeigt eine Auswahl der interessantesten Anzeigen aus dieser Zeit.

Ganz frisch auf dem Markt ist der Band „All-American Ads, 80s“ (640

Seiten, 29,99 Euro, ISBN: 3822838330). Unkommentiert wird gezeigt, wie die amerikanischen Werber damals die Konsumsucht mit den neusten Videospiele, die angesagtesten Designerklamotten oder den teuersten Sportwagen anheizten. Im Mittelpunkt der Anzeigen standen Stars und Sternchen, Yuppies und Models, wahlweise vor Neon- oder Creme-Farben.

Spannend, sich das Buch anzuschauen, ist es vor allem vor dem Hintergrund, dass die Achtziger zur Zeit in der Musik, der Mode oder im Design wiederentdeckt werden. ras