

Der Taschen Verlag hat ein Herz für Hardcore-Nostalgiker



Dass viele in den 80er-Jahren ihre Zeit und Jugend nicht besser zu verschwenden wussten, als wahlweise am Dienstagabend 'Dallas' oder am Mittwochabend 'Denver Clan' zu gucken: nun ja. Dass viele eine Plattensammlung haben, die unverändert aus Lionel Richie, Cyndi Lauper und Huey Lewis & the News besteht: schon bedenklicher. Dass es aber Leute gibt, die den 80er-Jahren tatsächlich nachtrauern: nicht nachvollziehbar! Für diese Hardcore-Nostalgiker ist nun etwas Hübsches auf den Markt gekommen:

Das Buch 'All American Ads – 80s', mit dem der **Taschen Verlag** seine verdienstvolle, jeweils ein Jahrzehnt umfassende Schau der Werbegeschichte des 20. Jahrhunderts fortsetzt (die 30er- bis 70er-Jahre wurden bereits zuvor abgehandelt; Preis pro Band: 29,99 Euro). Aerobic, Schulterpolster, Phil Collins und natürlich Bösewicht J.R.: All diesen Scheußlichkeiten entkommt man nicht in dem Band. Und wer danach gleich noch einen weiteren Nostalgietrip buchen will, wird im gleichen Verlag noch einmal fündig: 'The Polaroid Book' (Preis: 29,99 Euro) huldigt einer Kamera, die in unserem digitalen Zeitalter wunderbar altmodisch erscheint. Eine feine Hommage mit Bildern aus fünf Jahrzehnten Polaroid-Fotografie. (tor)