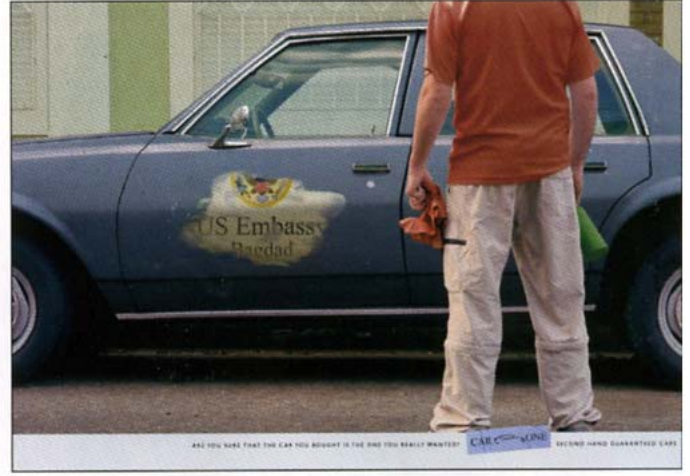


Werbewelt

Bücher über Werbung, Designer-T-Shirts, die Farbe Pink und die Kunst des Pop-up



■ „Advertising Now! Print“. Stellen Sie sich vor, es wäre Ihre Aufgabe, einfach mal aus den Arbeiten, die in den letzten Jahren bei den unterschiedlichsten internationalen Werbewettbewerben ausgezeichnet wurden, die witzigsten und auffälligsten auszusuchen. Vermutlich würde dann ein Buch wie dieses dabei herauskommen.

Daraus ergibt sich zudem: Wer permanent Wettbewerbsergebnisse und die entsprechenden Publikationen verfolgt, wird hier vieles bereits kennen. Allen anderen sei der Wälzer mit Werbung aus über vierzig Ländern jedoch

empfohlen, denn er bietet ein wahres Feuerwerk an Witz und Kreativität zu einem mehr als akzeptablen Preis. Text gibt's kaum, dafür Bilder, Bilder, Bilder – in zehn Kapiteln nach Branchen wie Beauty, Food, Media, Sport oder Technology geordnet.

→ Julius Wiedemann (Hrsg.): Advertising Now! Print. Köln (Taschen) 2006, 640 Seiten. 29,99 Euro. ISBN 3-8228-4027-0



Grey Kopenhagen warb mit dreidimensionalen Kniffen für ein Kopfschmerzmittel

Oben: Dass man beim Gebrauchtwagenhändler Car One keine unliebsamen Überraschungen fürchten muss, visualisierte FCB Argentina mit frechen politischen Anspielungen. Jede Gelegenheit und jeder Behälter taugt, um einen guten Tee zu genießen, so die Message dieser Kampagne von TBWA\Italien

