



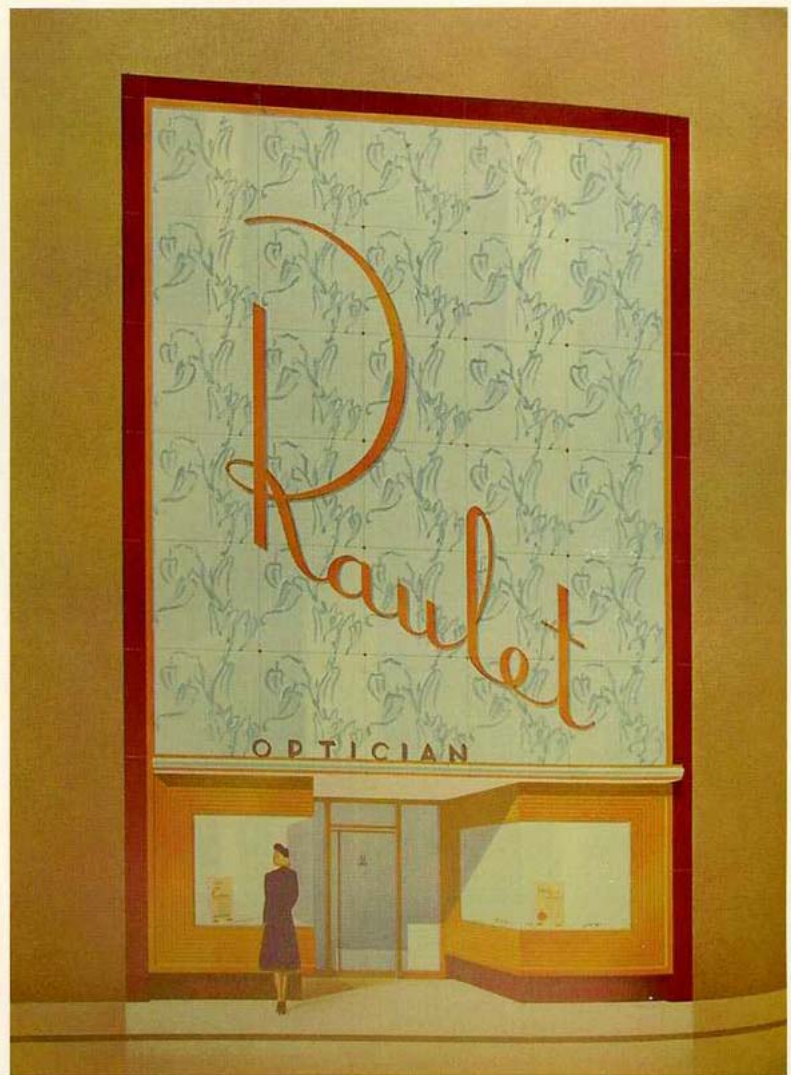
246S., Abb.
26,5 x 34 cm.
Taschen, Köln
26,5x34cm. 39,99 EUR
Best.Nr.
DES.100-978-3-8228-4269-0

Shop America

Amerikanische Geschichtsbetrachtung ist an anderen, denn an europäischen Dimensionen orientiert. Geradezu liebevoll werden Phänomene aufgegriffen, die erst wenige Jahrzehnte alt sind und noch so gar nicht recht zur Vergangenheit gehören wollen. »Shop America – Midcentury Storefront Design« ist dafür ein geradezu charakteristisches Thema. Gezeigt werden in diesem Buch Entwürfe und Fotografien von 1938 bis 1950. Als in Deutschland noch der geliebte Tante-Emma-Laden dominierte, wurden in den USA bereits nicht nur riesige Konsumtempel errichtet, sondern für den zu bestehenden Wettbewerb auch der Einzelhandel generell mit neuen Attraktionen aufgerüstet. Ob Modegeschäfte oder Bars und Restaurants, die Amerikaner gingen ihren eigenen Weg, eben den des American Way of Life. Von Coca Cola-Flasche, über stromlinienförmige Haushaltsgeräte und mit üppigen Linien auftrumpfenden Automobilen ist das Formenrepertoire weitgehend bekannt. Ganz anders die Phänomene, die das Buch aufzeigt. Architektur und Dekoration im Dienste des Konsums haben, wie mit herrlichen Illustrationen bewiesen, im Amerika des genannten Zeitabschnitts ihren Ausgangspunkt gehabt. Großflächige Schaufensterfronten und typografische Entwürfe, die in leuchtenden Neontransparenten ihren strahlenden Höhepunkt fanden, sehen gar nicht wirklich alt aus. Das macht diese Publikation für Designer nicht nur schön, sondern auch nützlich. In dem Thema steckt viel Inspiration. Bis zu Detailangaben für den damaligen Materialeinsatz reichen die professionellen Informationen. »Style suggestion« ist der Leitgedanke des Buches.

Shop America

The Americans have a different view of history from the Europeans. Phenomena that are only a few decades old are lovingly cherished. »Shop America – Midcentury Storefront Design« is a characteristic theme. At the time Germany was still dominated by small corner shops, the USA was not only constructing consumer temples, but also competitively equipping the retail business. Whether fashion stores, or bars and restaurants, the Americans went their own way following the American way of life. From Coca-Cola bottles to stream-line household appliances and opulent cars, the repertoire of shapes is well known. The phenomenon shown in the book is less known: Architecture and decoration at the service of consumers. As shown in the delightful illustrations, this concept originated in the America of that period.



»Stylesuggestions for an exclusive optical shop« aus »Shop America«

Schaufensterbummel - Im Amerika der Nachkriegsära sah alles noch nach einer glänzenden Zukunft aus. Optimismus und Opulenz prägten die Formen von Automobilen und Architektur.

überlebensgroße Flächen und Kurven dominierten das Design. Besonders in der Gestaltung von **Ladenfronten jener Zeit**

wie dieses Phänomen deutlich. Eindrucksvoll spiegelt sich der Trend in dieser umfangreichen Sammlung von **Original-Entwürfen zur Schaufenstergestaltung** aus den Jahren 1938 bis 1950.

Window Shopping - in postwar America, everything pointed to a bright shiny future. Sheer optimism and opulence informed everything from automobile design to architecture. infusind design with **larger-than-life planes and curves**. Storefront design of the era ist particularly indicative of **hand-illustrated shop-window designs** from 1938 to 1950.