



Zeichenhaft

Wenn es nach Jörg Zintzmeyer geht, muss ein Logo nicht schön sein. „Ein schönes Logo erkennen wir am hübschen Design. Ein gutes Logo erkennen wir am Erfolg“, schreibt er im Vorwort von „Logo Design“. Das Buch erläutert anhand von 13 Fallbeispielen die Entstehung bekannter und weniger bekannter Markenzeichen, die jedoch teilweise noch aus den neunziger Jahren stammen. Mitarbeiter renommierter Agenturen wie Wolff Olins oder Landor Design kommen hier zu Wort. Im hinteren Teil präsentiert es dann 1800 Logos, nach Themen geordnet. Ein Buch, das sich als Einführung in das Thema gut eignet.

More logos. According to Jörg Zintzmeyer, a logo does not have to be attractive. "A nice design makes out an attractive logo. Success makes out a good logo," he writes in the foreword to "Logo Design". The book uses 13 case studies to illustrate the creation of well-known and lesser-known logos, some of which however come from the 1990s. It includes contributions from employees of agencies such as Landor Design and Wolff Olins. In the back section there are 1800 logos classified according to theme. A book which is best suited as an introduction to the topic.

Julius Wiedemann (Hrsg. / Ed.)

Logo Design
Taschen Verlag, Köln
384 Seiten / pages
29,99 EUR
ISBN 978-3-8228-4622-3