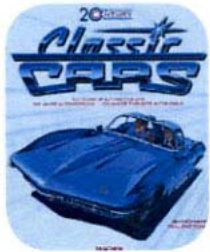


20th Century Classic Cars: 100 Years of Automotive Ads



20th Century Classic
Cars: 100 Years of
Automotive Ads

Heimann, Jim,
Patton, Phil

Verlag:
TASCHEN Verlag

Gebundene Ausgabe:
480 Seiten

Sprache: Deutsch,
Englisch, Französisch

ISBN: ISBN:
978-3-8365-1463-7

Preis: 29,99 Euro

www.taschen.com

„Die Historie des Automobils ist die Geschichte einer ganzen Industrie. Eng mit Mode, Kunst, Film und Musik verknüpft, ist das Auto eine maßgebliche kulturelle wie auch ökonomische Größe“, heißt es zusammenfassend in der Einführung von „20th Century Classic Cars: 100 Years of Automotive Ads“:

Dieser große, prächtig ausgestattete Bildband entführt den Leser auf eine Reise in die Geschichte des Automobils – anhand von über 400 Werbeanzeigen aus der Jim Heimann Collection werden Meisterstücke ihrer Dekade vorgestellt: vom Model T zum DB5, vom VW Käfer bis zum Hummer.

Dabei wird schnell klar, dass sich die Fahrzeuge in den letzten hundert Jahren vom anfänglichen pragmatischen Arbeitstier hin zu wahren Ästheten und Technikwundern entwickelt haben. Auch der Status des Automobils hat sich

in dieser Zeit stark verändert. Während früher vor allem die Notwendigkeit der Fortbewegung im Vordergrund stand, stehen jetzt Begriffe wie Spaß und Freiheit im Fokus. Kurz: Das Automobil spiegelt den jeweils aktuellen Zeitgeist wider.

Autor der Einführung und der Begleittexte zu jedem Jahrzehnt ist Phil Patton, seines Zeichens Autospezialist und Auto-Redakteur für die New York Times. Für die Leser stellt er in diesem Buch die wichtigsten Hersteller und Händler vor und beleuchtet technische Innovationen, historische Ereignisse und den Einfluss der Pop-Kultur aufs Fahrzeug-Design. Obwohl das Buch auch wissenswerte technische Daten vermittelt, ist es mehr ein Designführer als ein technisches Lehr- oder Autofachbuch – und somit sogar für Frauen interessant.

