



■ „Erfolgsgeschichten aus dem Web“.

Achtung, Verwechslungsgefahr! Vor etwa anderthalb Jahren hat Rob Ford – der Kopf hinter den seit dem Jahr 2000 populären Favourite Website Awards ([www.thefwa.com](http://www.thefwa.com)) – schon einmal ein Buch mit dem Taschen Verlag veröffentlicht; es hieß „Erfolg im Web: worauf es ankommt“ (siehe PAGE 11.08, Seite 113). Offenbar hat es sich recht gut verkauft, denn jetzt kommt ein Sequel.

Das Prinzip ist dasselbe und wiederum denkbar einfach: Es werden Unmengen toller Websites vorgestellt, Rob Ford kann ja auf seiner Site aus dem Vollen schöpfen. Doch während in dem ersten Buch bekannte Gestalter zum Teil doch sehr allgemeine Tipps für den „Erfolg im Web“ gaben, geht es diesmal sehr viel praktischer zu. Die Entstehung und die Besonderheiten jeder Site werden detailliert erklärt.

Dazu gibt es Statistiken, die den Erfolg belegen. Die Case Studies sind in die Kategorien Campaigns, E-Commerce, Promotional, Social Media sowie Corporate eingeteilt. Kurz: Auch dieses Buch dürfte wieder eine Erfolgsgeschichte werden. cg

→ Rob Ford, Julius Wiedemann:  
*Erfolgsgeschichten aus dem Web. Köln (Taschen) 2010, 384 Seiten. 29,99 Euro. ISBN 978-3-8365-1998-4*