



Marken-Design anhand von 150 Fallstudien aus aller Welt finden sich in einem Nachschlagewerk. Dabei werden Logos, Bildsprache und strategische Anwendungen untersucht und dargestellt. Vorausgesetzt ist nicht nur der gute (visuelle) Einfall, sondern auch die umfangreiche Recherche, das Nachdenken über ein zukünftiges Projekt.

Im Buch findet man unter anderem die Wahlkampagne von Barack Obama, das Museum of Art and Design sowie New Yorks Bewerbung um die Austragung der Olympischen Spiele im Jahr 2012.

Für Typografen ist interessant, dass es doch ziemlich viele Brand-Projekte gibt, die hauptsächlich auf Typografie bauen wie MAD (Pentagram), City of Sheffield (Story Worldwide), Co-Operative (Pentagram), Rotterdam (75B), British Art Center, Argentinien (Bernardo+Cellis), bedigital, chick&basic (espluga), Museon, de Haagse Hogeschool (Faydherbe & de Vringer), Kunstwollen (Fueglistler & Stoecklin) und noch viele mehr!

Ed. Julius Wiedemann: **Brand Identity Now**.
384 Seiten, 29,99 Euro, Taschen GmbH,
Köln, 2009.

ISBN 978-3-8365-1584-9. rpg