

## Digitale Highlights

### Internationale Erfolgsgeschichten aus dem Internet

Werber – und nicht nur die – lieben Annuals und Bücher über Fallstudien. Egal, ob es sich dabei um Print, Film oder Internet handelt. Nun ist wieder so ein Schmöker erschienen. Vergleichsweise schlanke 1.221 Gramm leicht (wir haben's gewogen). Aber das ist nicht der Seitenzahl geschuldet, sondern dem Format. Der kompakte Klotz ist nämlich unwesentlich größer als A5, wird a la Moleskine-Notizbuch mit einem Gummiband geschlossen und versammelt auf rund 380 Seiten Erfolgsgeschichten aus dem Web.

Herausgegeben haben den griffigen Ideenspeicher **Rob Ford** und **Julius Wiedemann**. Ford initiierte 2000 die **Favourite Website Awards (FWA)**, um auszeichnungswürdiges, innovatives Web-Design zu prämiieren. Und der Brasilianer Wiedemann arbeitete in Tokio beispielsweise als Redakteur für Web- und Designmagazine. Diese Liebe zum Medium merkt man dem Buch auf



jeder Seite an. Der Untertitel „Fallbeispiele und Zahlen hinter einigen der erfolgreichsten Seiten im Netz“ hat seine Existenzberechtigung. Denn die Cases sind clever ausgewählt, mit signifikanten Zahlen unterfüttert und übersichtlich, informativ und ansprechend layout-

tet.

Dem Internet geschuldet macht dann auch das kleine Format überhaupt nichts mehr aus. Denn man liest die Fallbeispiele und loggt sich dann eigentlich sowieso auf den Sites ein – wir haben allerdings nicht geprüft, ob noch alle Cases online sind.

Prima gedacht ist das und gemacht außerdem: Alle Websites werden nach den Kriterien „Das Briefing“, „Die Herausforderung“, „Die Lösung“ und „Der Erfolg“ präsentiert. Das erlaubt den schnellen Zugang und ermöglicht in gewissen Grenzen auch die Vergleichbarkeit.

### FÜR SIE GELESEN

Gegliedert werden die Sites in die Kapitel Campaigns, E-Commerce, Promotional, Social Media und Corporate. Farbige Kapitel-Tabs erleichtern den Umgang mit dem Kompendium nochmals. Und renommierte Werber – wie Alex Bogusky von Crispin Porter + Bogusky oder Jeff Goodby von Goodby, Silverstein & Partners – haben die einzelnen Kapitel eingeleitet und ermöglichen dem Leser so einen einordnenden und ausgesprochen sinnvollen Überblick.

Da hat der Kölner Taschen Verlag, der für großformatige, opulent ausgestattete Coffee Table Books über Architektur, Fotografie oder Design bekannt ist, ein kompaktformatiges, prima ausgestattetes Werk auf bestem Papier und mit robuster Bindung verlegt, das auf jeden AD- und CD-Schreibtisch gehört. Und nicht nur dorthin. Versprochen!

*Rob Ford/Julius Wiedemann, Erfolgsgeschichten aus dem Web, 384 Seiten, ISBN: 978-3-8365-1998-4, 29,99 Euro, [www.taschen.com](http://www.taschen.com)*

**Hanspeter Heckel XNiP-Code: GPH7**