



**"D&AD09, The Best Advertising and Design in the World",**  
*D&AD, Deutsch, Französisch, Englisch,*  
 576 S., durchg. farb. beb.; 23,9 x 25,6 cm;  
 Hardcover; € 39,99;  
 Taschen, Köln, ISBN:  
 978-3-8365-2083-6

"D&AD ist eine nicht kommerzielle Organisation, die international Arbeitsgemeinschaften aus den Bereichen Design, Werbung und Kreativität repräsentiert. Mehr als irgendeine Organisation setzt D&AD Standards für die Branche, bildet die nächste Generation aus, inspiriert sie und engagiert sich für die Bedeutung von Kreativität, Innovation und Ideen innerhalb der Business-Community."

Dieses Buch enthält die besten Arbeiten aus Werbung und Design, die im Laufe des Jahres 2008 irgendwo auf der Welt geschaffen wurden. „Gerade einmal 54 der eingesandten Beiträge bekamen einen Yellow Pencil. Lediglich vier wurden dann mit einem Black Pencil bedacht, was nur 0,02 Prozent aller eingereichten Arbeiten entspricht: Das ist wirklich eine äußerst exklusive und zweifelsohne die begehrteste Auszeichnung der ganzen Branche.“

„Seit mittlerweile 47 Jahren fördert und feiert D&AD in diesem Bereich Spitzenleistungen: vornehmlich bei Design und Werbung, aber in steigendem Maße auch bei der interaktiven Kommunikation.“

Tim O'Kennedy, CEO, beschreibt „Spitzenleistung“ so: „In jeglichem Bereich erzielen wir erst Fortschritte, wenn wir verstehen, was als exzellent betrachtet wird. Dann müssen wir danach streben, diesen Maßstab zu überbieten. (...) Und nirgendwo sonst gilt das so wie im Bereich der kommerziellen Kreativität, wo Originalität, Mut in der Konzeption und gutes handwerkliches Können durch einen ganz praktischen Imperativ in Schach gehalten werden: die Pflicht,

dass die fragliche Arbeit eine klare Funktion zu erfüllen hat. (...) Genau das macht die besten Beispiele der Arbeiten aus diesem Bereich so spannend und so erhebend: die oft atemberaubende Genialität, die erforderlich ist, um Funktion mit reinem kreativem Ausdruck zu verschmelzen.“