

**DESIGN – ÜBER 300  
NATIONALE LOGOS IN DER ANALYSE**

Matthew Healey, Stiebner Verlag, München, 240 Seiten, Klappenbroschur, € [D], 41,- € [A], ISBN 978-3-8307-1399-9

Dieser Band zerlegt der Autor über dreißig internationale Logos in ihre Einzelteile, analysiert ihre Details und erläutert Bausteine, Einzelheiten und ausschlaggebende Elemente. Das Buch gibt nicht nur praktische Ratschläge für die Entwicklung erfolgreicher, zielgruppengerechter Logos, sondern zeigt Designern auch, wie sie ihren Kunden erklären, warum ein Logo die richtige ist. Dieses Buch ist eine Anleitung für gutes Logodesign, ein praktisches Handbuch, das allgemeine Prozesse und spezifische Details behandelt und eine Inspirationsquelle für eigene Entwürfe.

[www.stiebner.com](http://www.stiebner.com)

**WEISHEIT – INSPIRATION**

Andrew Zuckerman, Alex Vlack, Knesebeck Verlag, München, 160 Seiten, 90 farbige Abbildungen, 16,95 € [D], 17,50 € [A], 25,90 sFr., ISBN 978-3-86873-321-1

Ein Buch zum Schmökern und Nachdenken: Andrew Zuckerman fotografierte internationale Persönlichkeiten aus Medien, Politik und Kunst in einem Studio ohne ablenkende Details. Diese Annäherung an den Charakter der Menschen und die Würde des Alters wird begleitet von deren Gedanken zum Thema Inspiration vor dem Hintergrund ihres reichhaltigen Erfahrungsschatzes. Mit dabei sind unter anderem Clint Eastwood, Jane Goodall, Frank Gehry, Kurt Masur, Nick Nolte und Yoko Ono. Ein weiterer Titel der Serie beschäftigt sich mit dem Thema »Leben«.

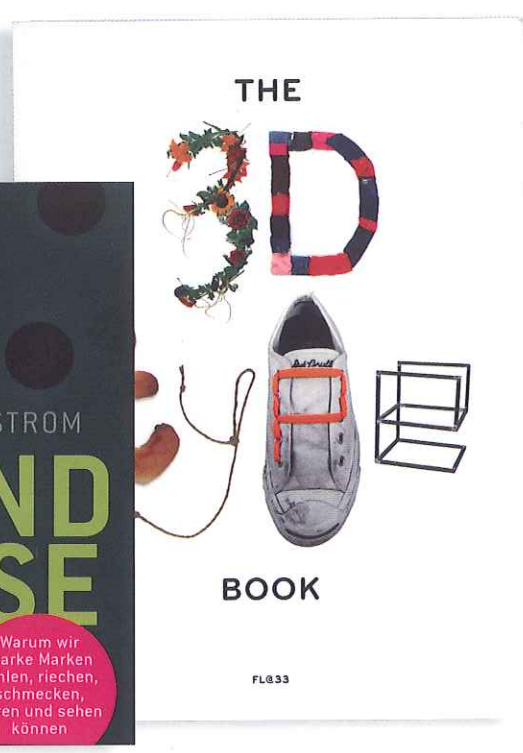
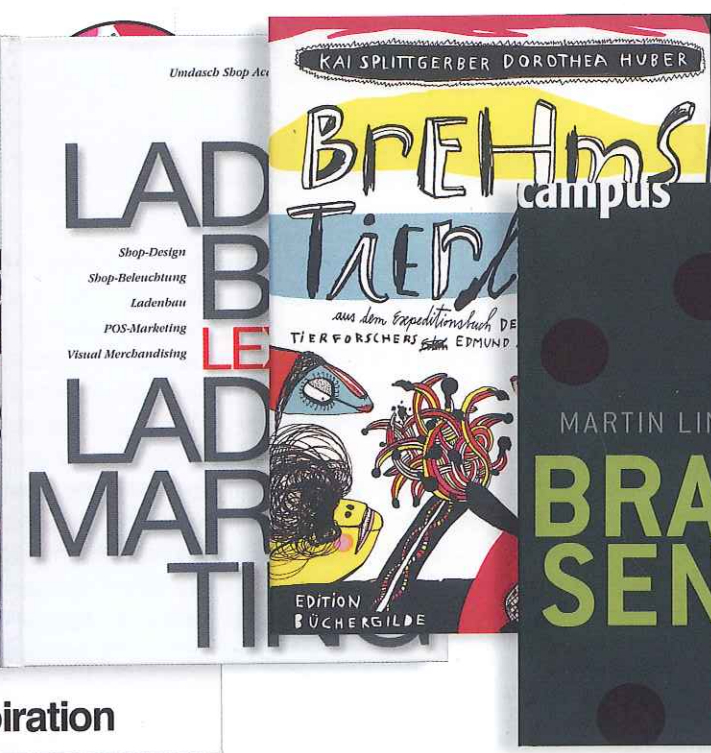
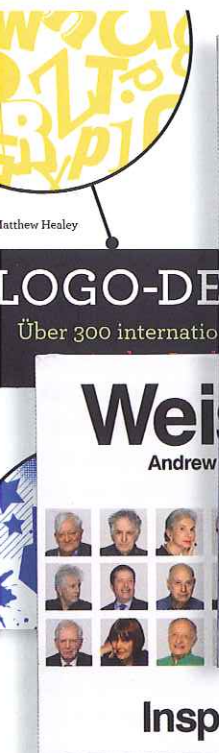
[www.knesebeck-verlag.de](http://www.knesebeck-verlag.de)

**LADENBAU- UND  
LADENMARKETING-LEXIKON**

Umdasch Shop Academy (Hrsg.), Callwey Verlag, München, 304 Seiten, 500 Abbildungen, Hardcover, 49,95 €, 70,90 sFr., ISBN 978-84-92643-53-0

Der umfangreiche Band dient sowohl als Nachschlagewerk als auch zur Vertiefung der Thematik attraktiver Ladengestaltung: Neben den Begriffserläuterungen des Lexikonteils von A wie Abverkauf bis Z wie Zweitplatzierung informieren Fachbeiträge renommierter Autoren über Trendforschung, Neuromarketing, Visual Merchandising, Shop Design, Warenpräsentation, Green Design und viele andere Inhalte des Ladenmarketings. Ergänzend dazu veranschaulichen schematische Darstellungen und Fotos verschiedene technische Termini; Thementafeln runden den lexikalischen Teil ab.

[www.callwey.de](http://www.callwey.de)



**WISSENS TIERLAND**

Kai Splittgerber, Dorothea Huber (Illustration), Edition Büchergilde, München, 224 Seiten, Hardcover mit Klappenbroschur, 24,90 €, 37,90 sFr., ISBN 978-3-940111-82-1

Ein faszinierendes Abenteuerroman erwacht durch die lebendigen Illustrationen von Dorothea Huber zum Leben – das ungewöhnliche Layout tut dies. Um nicht nur dem Geist, sondern auch dem Auge zu schmeicheln. Zu schade, daß die aufwendigen Illustrationen viel zu selten in der Literatur zu finden sind ...

[www.edition-buechergilde.de](http://www.edition-buechergilde.de)

**BRAND SENSE**

Martin Lindstrom, Campus Verlag, Frankfurt am Main, 212 Seiten, mit Thermolack veredeltes Hardcover, 24,90 € [D], 25,60 € [A], 37,90 sFr., ISBN 978-3-593-39447-3

Warum wir starke Marken fühlen, riechen, schmecken, hören und sehen können – so der Untertitel dieses Buches, das der Frage nachgeht, wie Werbung und Marketing heute beschaffen sein muß, um die Verbraucher an das jeweilige Produkt zu binden. Lindstrom zeigt basierend auf einer breiten Studie, daß aus der Marken-Kunden-Beziehung eine wahre »Liebesaffäre« werden muß – sinnlich und einzigartig. Anhand vieler Beispiele wie Lego, Harley Davidson, Hello Kitty, Marlboro oder Disney läßt sich nachvollziehen, wie eine Marke unverwechselbar und emotional inszeniert werden kann.

[www.campus.de](http://www.campus.de)

**THE 3D TYPE BOOK**

FL@33, Laurence King, London, 240 Seiten, 1300 farbige Abbildungen, 19,95 £, ISBN 978-1-85669-713-2

Eine faszinierende, umfangreiche Sammlung von 3D-Schriften präsentiert dieser Band. Mit dabei sind beispielsweise Arbeiten von Sagmeister Inc, Vaughan Oliver, Milton Glaser, Antoine+Manuel, Frost\*Design, Rinzen, Underware's Type Workshop, Pleaseletmedesign und Strange Attractors Design – Schriften aus Papier, Bücher, Wolle, Ei, Steinen oder Schaum bezaubern in gestrickter, gestrickter, gebauter, gebastelter oder modellierter Form. Ob als Installation oder Bestandteil eines Grafikdesignprojekts wirken die plastischen Fonts immer wieder aufs Neue faszinierend. Eine schöne Inspirationsquelle!

[www.laurenceking.com](http://www.laurenceking.com)



INTERNATIONAL ISSUE GERMAN / ENGLISH WWW.NOVUMNET.DE ISSN 1438-1753 B 3149 11,- € 20,- CHF

# novum

WORLD OF GRAPHIC DESIGN 07 / 11



## DAILY TYPE

TÄGLICHER SCHRIFTINPUT  
FRESH LETTERING FROM MOSCOW

## 100 BESTE PLAKATE

HÄNGT SIE HÖHER!  
A PANOPTICUM OF POSTERS

## BÉJEAN KÖRNER LEDOUX

DESIGN FÜR DIE SINNE  
ALCHEMISTS OF DESIGN

## NOVUM PLUS

PAPIER

VEREDELUNGSSERIE:  
DIGITALDRUCK MIT WHITEINK