



Design Ecology!

Ökologie und Nachhaltigkeit rücken zunehmend in den Fokus der Unternehmenskommunikation. Dabei haben die alten visuellen Klischees des Öko-Designs gründlich ausgedient. Wie man »Corporate Green« kommuniziert, machen viele Bio-Firmen vor. In stilistischer Vielfalt sprechen sie neue Zielgruppen zeitgemäß an. Der vorliegende Band von Jutta Nachtwey und Judith Mair im Design von Mario Lombardo mit dem Untertitel »Neo-grüne Markenstrategien« präsentiert internationale Marken – von kleinen Labels bis zu Global Brands –, die zeigen, wie sich das wachsende Bedürfnis nach Nachhaltigkeit durch Kommunikations- und Designstrategien differenziert aufgreifen lässt. Neben Highlights der aktuellen neo-grünen Bewegung stellt es Standpunkte und Visionen vor und weist Wege zu umweltfreundlicheren Printmedien und Verpackungen. Erschienen im Verlag Hermann Schmidt Mainz; Leineneinband mit Folienprägung, Format 21,5 x 30 cm, 272 Seiten. Für DA-Mitglieder zu bestellen über das **Leserservice** (zum Preis von Euro 70,- inkl. 10 % USt., zzgl. Versandkosten).

Printproduktion well done!

Vor zehn Jahren hatten die Autoren Kaj Johansson, Peter Lundberg und Robert Ryberg die Idee ein »grafisches Kochbuch« herauszubringen, das Schritt für Schritt sicher durch den Printprozess begleitet: von den Datenformaten übers Farbmanagement bis zu Bildbearbeitung und Layout, von der Papierwahl bis zur Weiterverarbeitung. Inzwischen ist der Titel weltweit in mehreren Auflagen überarbeitet und zum Standardwerk geworden. Die Technik wurde in vielen Bereichen einfacher, die Verantwortlichkeitsgrenzen sind verwischt. Heute kann im Grunde jeder produzieren. Umso wichtiger ist der komplette Überblick, das Wissen um alle im Printprozess zu treffenden Entscheidungen und Wechselwirkungen. Damit Kunde und Leser am Ende sagen: »Well done!« Erschienen im Verlag Hermann Schmidt Mainz als 2. vollkommen überarbeitete und ergänzte Auflage; Festeinband, Format 21 x 25 cm, 416 Seiten mit über 1.000 Abbildungen. Für DA-Mitglieder zu bestellen über das **Leserservice** (zum Preis von Euro 70,- inkl. 10 % USt., zzgl. Versandkosten).

NSCI – Das visuelle Erscheinungsbild der Nationalsozialisten

Siebzig Jahre nach der Reichskristallnacht ist es immer noch eine Gratwanderung, ein Buch zur Corporate Identity der Nationalsozialisten zu machen. In sachlicher Distanz setzt sich Autor und Designer Andreas Koop seit Jahren mit der Gestaltung der Macht und dem Erscheinungsbild des Nationalsozialismus auseinander. Im vorliegenden Buch dokumentiert er nüchtern eine der am gründlichsten durchdeklinierten CIs: von den gesellschaftlichen Trends und dem Nährboden der »Blut-und-Boden«-Mentalität über die Sprache bis hin zum Logodesign; von den Medien über Organigramme und Gruppierungen bis hin zu den Uniformen; von Großereignissen über die Architektur bis zu den Zeichen der Macht in Form von Schrift, Typografie und Farbe. Aus der Gleichschaltung in allen Bestandteilen der Corporate Identity des Schreckens kann und sollte man lernen. Erschienen im Verlag Hermann Schmidt Mainz; fadengehefteter Festeinband, Format 17,4 x 24 cm, 300 Seiten mit meist farbigen Abbildungen. Für DA-Mitglieder zu bestellen über das **Leserservice** (zum Preis von Euro 30,70 inkl. 10 % USt., zzgl. Versandkosten). Anmerkung der Redaktion: Dieses Buch stammt aus seriöser Quelle und nicht aus einem dubiosen Internet-Versandhaus. Sein Inhalt ist sachlich-kritisch. Sie können es bestellen, ohne befürchten zu müssen, in den Dunstkreis der Mitarbeiter des dritten Nationalratspräsidenten des österreichischen Parlaments zu geraten.

