



Manuel Bieh
MOBILES WEBDESIGN
 Webseiten für mobile Endgeräte

Galileo Computing, 302 Seiten,
 gebunden, 34,90 Euro
 ISBN-13: 978-3-83621-153-6



Lange wurde es prognostiziert, jetzt ist es Realität: das mobile Internet. Für Webdesigner bedeutet das, dass sie sich mit dem Thema auseinandersetzen müssen.

Denn mit dem Erstellen von Webseiten für mobile Endgeräte ist eine ganze Menge Fragen verbunden: Wann ist eine mobile Fassung unabdingbar? Was sollte vorher beachtet werden? Und natürlich: Welche Techniken muss man beherrschen? Worauf muss man achten, wie sehen die Ausgabegeräte aus? Dieses Buch ist die Rettung für alle Webdesigner und das weltweit erste umfassende Buch über mobiles Webdesign. Es versetzt Sie in die Lage, einen bestehenden oder geplanten Webauftritt für mobile Devices zu konzipieren und umzusetzen. So wählen Sie die richtigen Inhalte aus, nutzen die bestehenden Möglichkeiten optimal und halten sich an die Standards und Best Practices des W3C. Zusammen ein kompaktes Standardwerk.

Manuela Hoffmann
MODERNES WEBDESIGN
 Gestaltungsprinzipien, Praxis

Galileo Design, 368 Seiten,
 gebunden, 39,90 Euro
 ISBN-13: 978-3-83621-109-3



Die Anforderungen an professionelles und zeitgemäßes Webdesign sind hoch. Ansprechendes und stimmiges Layout, richtige Farbwahl,

gute Typografie, Zugänglichkeit und nicht zuletzt Coding nach Webstandards werden heute von einer guten Homepage erwartet. Dieses Buch zeigt, wie man diese Anforderungen meistern kann. Es ist ein Wegweiser für modernes Webdesign, der gleichzeitig Praxis, Anleitung und Inspiration liefert. Die Grafikerin und Webdesignerin Manuela Hoffmann (pixelgraphix.de) führt den Leser von der Idee über erste Entwürfe bis hin zur technischen Umsetzung mit HTML und CSS. Das Buch enthält außerdem zahlreiche Vorlagen und Templates für Photoshop und WordPress. Das Buch empfiehlt sich als Komplettpaket für schönere und bessere Websites.

Robert Klanten, Miguel Vasquez,
 Sven Ehmann, Hendrik Hellige
PLAY LOUD!

Gestalten Verlag, 144 Seiten,
 vierfarbig, 29,90 Euro
 ISBN-13: 978-3-89955-157-0



Fußball ist nicht einfach nur ein Sport, er ist eine Weltanschauung, egal, ob man auf den Rängen mitfiebert oder selbst um das runde Leder kämpft. Wer

mit dem Sport aufgewachsen ist, kommt davon meist sein Leben lang nicht wieder los. Dass der Fußball noch dazu die verschiedensten Lebensmilieus verbindet, zeigt sich auch in seiner weit gefächerten visuellen Umsetzung: Von millionenschweren Werbekampagnen mit den Helden dieses Sports bis zur Fankultur und dem Straßenfußball gibt es unterschiedliche Stile im visuellen Ausdruck.

Play Loud! zeigt die weltweite Rezeption dieses Sports im Grafikdesign, in der Werbung, auf Postern, Flyern et cetera, wobei der Fokus eher auf persönlichen Projekten der Designer als den bekanntesten Werbekampagnen der großen Marken liegt. In dem Buch gehen Sport und Grafikdesign eine Symbiose ein und zeugen von der Dynamik, Kreativität und Tradition, die das Fußballspiel ausmachen.



Anita Kern
**ÖSTERREICHISCHES GRAFIKDESIGN
 IM 20. JAHRHUNDERT**
 Verlag Anton Pustet, 2008,
 560 Seiten, 35 Euro
 ISBN-13: 978-3-70250-586-8

VERGESSENE GRAFIKDESIGN-OBERLIGA. *Österreichisches Grafikdesign im 20. Jahrhundert* – hinter diesem trockenen Titel verbirgt sich ein kleinformatiges 560-Seiten-Buch, das sich liest wie ein spannender Krimi. Wer glaubt, die österreichische Grafikdesignszene gut zu kennen, wird in diesem Buch schnell eines Besseren belehrt. Denn im Gegensatz zu einigen klingenden Künstlernamen aus der Zeit nach der Jahrhundertwende – wie Herbert Bayer oder Joseph Binder – treffen wir tagtäglich auf hervorragende Arbeiten österreichischer Designer, ohne es zu wissen.

So stammt etwa das weltweit von MasterCard eingesetzte Bankomatlogo von **Fritz Eisenmenger**, dem Pionier der modernen visuellen Kommunikationsgrafik in Österreich (ab den 1970er-Jahren). Er schuf unter vielen anderen beispielsweise das immer noch aktuelle Austrian-Airlines-Logo oder das PaperNet-Erscheinungsbild.

Oder **Joey Badian**, der den Titelkopf der Tageszeitung *Der Standard* entwickelte oder das Logo für die Handelskette Merkur entwarf. Badian lebt heute in Florida und widmet sich nach seiner weltumspannenden Designkarriere mehr künstlerischen Projekten. Oder **Clemens T. Schedler**, ein jüngerer Kollege, der als Buchgestalter mit Preisen beim Wett-

Jean-Rémy von Matt, Holger Jung
STIMMEN AUS DEM AQUARIUM!

Verlag Hermann Schmidt
52 Seiten, Leinenband, Groß-
format 30 x 42 cm, 29,80 Euro
ISBN-13: 978-3-87439-756-8



Sie gelten als „Popstars der Werbung“, sind gerade wieder einmal kreativste deutsche Agentur und Worldwide Agency of the Year 2008. Dank ihrer Ideen wurden Leihwagen

Kult und die Deutschen erst geizigil und dann obischlau: Jung von Matt. Im Kreativkraftwerk mit Standorten in Deutschland, Österreich und der Schweiz entstehen Ideen, die Tore öffnen und Herzen erobern: von Auftraggebern und deren Kunden, von Wettbewerbsjürs und Jahrbuchlesern und von Kreativen, die gern mal hinter die Kulissen schauen würden. Das können Sie jetzt: Ein großes, dünnes, grünes Buch mit *Stimmen aus dem Aquarium!* macht's möglich. Da erfahren Sie, wie Jung von Matt entstand und wann Pater Adalbert zweimal klatschte, wie Jean-Rémy die Frage „Are you an asshole?“ beantwortet, warum sich anders zu sein – egal, für oder gegen wen – lohnt, wie Effie-verdächtiges Marketing für Bettler funktioniert und wie die Kraft des Worts. Und nebenbei erleben Sie die Kraft der Illustration, der guten Ideen und die der Agentur Jung von Matt ...

Rayan Abdullah, Roger Cziwerny
CORPORATE DESIGN
Kosten und Nutzen

Neuaufgabe, 200 Seiten mit 20 Bei-
spielrechnungen, Format 17 x 24 cm,
Hardcover mit Prägung, 45 Euro
ISBN-13: 978-3-87439-714-8



Was nutzt die beste CI, was nutzen die tollsten Produkte, die kreativste Werbung, wenn die Kunden die Marke dahinter nicht (wieder)erkennen? Was nutzt

Ihnen als Grafikdesigner das Wissen um die Macht guten Corporate Designs, wenn Sie es nicht verkaufen können? Die Notwendigkeit nicht erklären? Die Kosten nicht kalkulieren? Ihre Leistung nicht schützen? Und woher wissen Sie als Auftraggeber, was so ein Corporate Design umfassen soll, worauf es zu achten gilt, was es kosten darf? Bereits 2002 legten Rayan Abdullah und Roger Cziwerny den ersten Band *Corporate Design – Kosten und Nutzen* vor. Sie gaben mit ausgewählten Praxisbeispielen Hilfestellung im unsicheren Terrain zwischen Marken und denen, die sie wiedererkennbar machen sollen. Der erfolgreiche Titel war vergriffen, jetzt kommt die Neuaufgabe. Neue tolle Beispiele, aktuelle Kostengrundlagen, jüngste Rechtsgrundlagen für Print und Nonprint. Und natürlich haben Rayan Abdullah und Roger Cziwerny seit der ersten Auflage in Praxis, Lehre und Kollegengespräch vielfach neue Erfahrung gesammelt, damit *Corporate Design – Kosten und Nutzen* zu Ihrem Nutzen gereicht!

TERMINE

17. bis 19. September 2008

PostPrint 2008-03-09
www.postprint.de

18. bis 19. September 2008

Proflex, Stuttgart, D
www.dfta-tz.de

23. bis 28. September 2008

photokina 2008, Köln, D
www.photokina.de

22. bis 25. Oktober 2008

druck + Form, Sinsheim, D
www.druckform-messe.com

22. bis 30. Oktober 2008

Ifra Expo 2008, Amsterdam, NL
www.ifra.com

30. Oktober bis 1. November 2008

Viscom, Frankfurt am Main, D
www.viscom-messe.com

31. März bis 2. April 2009

dataprint, Design Center Linz, A

19. bis 22. Mai 2009

Embax Print, Brno, CZ
www.bvv.cz/embaxprint-de

11. bis 17. September 2009

Print 09/Pack 09
www.gasc.org

12. bis 15. Oktober 2009

Ifra Expo 2009, Wien, A
www.ifra.com

3. bis 16. Mai 2012

drupa 2012, Düsseldorf, D
www.drupa.de

bewerb der „schönsten Bücher aller Welt“ ausgezeichnet wurde. Und das sind nur einige wenige Protagonisten, die stellvertretend für viele andere im Buch dargestellte belegen, welch kreatives Potenzial in diesem Land steckt.

Die Autorin Anita Kern (selbst eine Grafikdesignerin) füllt mit dieser längst fälligen Werkschau eine große Lücke mit besonderer Herangehensweise: Sie hat sich in langen Interviews intensiv mit mehr als vierzehn Grafikdesignern der Nachkriegszeit auseinandergesetzt, deren wichtigste Arbeiten zusammengetragen und mit einem ausführlichen biografischen Teil versehen, der als persönlich gefärbtes Spiegelbild der jeweiligen Zeit das Schaffen dieser Künstler lebendig macht (von **Tino Erben** über **Reinhard Gassner** bis **Stefan Sagmeister**).

Dabei staunt der Leser nur so über die vielen Zufälle und Unwägbarkeiten, die manchen Designer zu seinem Beruf gebracht oder dessen

Blick geschärft haben. Zudem hält man eine unerschöpflich reiche Inspirationsquelle für die eigene Arbeit in Händen. Das Buch wird durch einen komprimierten und erhellenden Blick auf die bisher spärlich dokumentierte grafische Zeit zwischen der Jahrhundertwende und 1938 abgerundet, enthält eine in ihrer klaren Darstellung längst notwendige Aufarbeitung der Werke österreichischer Designer in der Nazizeit und führt im Hauptteil (ab 1945) mit Zwischenkapiteln wegweiserisch durch die diversen Stilphasen des österreichischen Designs der Nachkriegszeit mit ihren prägenden Personen bis zum Ende der 1990er-Jahre. Nicht nur dass die Texte äußerst spannend zu lesen sind, ist auch die grafische Gestaltung vom Vorarlberger Atelier Gassner mustergültig gelöst.

Für Designer eine Pflichtlektüre, *das* Referenzbuch für Grafikdesign in diesem Land schlechthin und für jeden an guter Gestaltung Interessierten ein spannendes Lesevergnügen.