

Buchtip: „Auto Logos - Entwicklung und Design automobiler Brands“

Logo-Zoo

Löwe und Schlange, Tiger und Hirsch, Jaguar und Stier, Pferd und Skorpion: Was haben diese Tiere miteinander gemein? Sie zieren in mehr oder weniger stilisierter Form unsere Autos. So wie Sterne und Ringe. Na logo: Auto-Logos. Und jedes hat seine eigene Geschichte

„Auto Logos“ – Die Entwicklung und das Design automobiler Brands erläutert Simon Heptinstall in wünschenswerter Ausführlichkeit in dem ungewöhnlichen Buch aus dem Delius Klasing Verlag. Was wir als selbstverständlich gegeben hinnehmen, nämlich dass jede Automarke ihr unverwechselbares Markenzeichen hat, macht der Autor zum Thema eines spannenden Lexikons. Von Abarth bis ZIL beschreibt er nicht nur den Aufbau und die spezifischen Schriften und Farbwahlen der automobilen Signets, er erzählt auch die jeweilige Geschichte dazu. Und bei den berühmtesten Marken verfolgt er zudem die Entwicklung der Logos, die beispielsweise bei Cadillac im Abstand weniger Jahre immer neue Ideen hervorbrachte.

Ford oder VW dagegen haben ihre Markenzeichen so gut wie nie geändert. Perodua übrigens auch nicht, ebenso wenig wie Infiniti, Aixam und ZIL. Diese Namen zeigen es: Das Buch begnügt sich nicht mit den gängigen Marken, es führt mit seinem weltweiten Blickwinkel auch allerlei Exoten auf. Dazu natürlich die stattlichen Amerikaner, die rassigen Italiener, die unverwüstlichen Schweden und all die vertrauten Typen aus deutschen, französischen, englischen und japanischen Landen. Auch finden sich hier verschwundene oder wiederbelebte Marken: Daewoo, Holden und Borgward.

Die Geschichten der Brands sind für den Autor ein Anlass, zugleich die Kurzgeschichten der Automobilfirmen zu skizzieren und die Namen zu erläutern. Viele Marken sind nach ihrem Gründer benannt, andere durchaus nicht. Carlo Abarth hat sein Sternzeichen als Logo gewählt. Mercury geht auf den Gott der Kaufleute und Diebe zurück. Volvo bedeutet „Ich rolle“. Subaru steht für Sieben Schwestern. Ein Buch voller erstaunlicher Entdeckungen.

Simon Heptinstall

„Auto Logos“

Entwicklung und Design automobiler Brands

224 Seiten, 250 farbige und S/W-Illustrationen, Format 17 x 20,3 cm, gebunden

Euro (D) 29,90 / Euro (A) 30,80 • (ISBN 978-3-667-11401-3)

Delius Klasing Verlag, Bielefeld

Erhältlich im Buchhandel oder unter der Hotline (0521) 559 955

Ihr Ansprechpartner: Christian Ludewig | Telefon (0521) 55 99 02, Fax (0521) 55 99 01

E-Mail: c.ludewig@delius-klasing.de