



Gebr. Mann

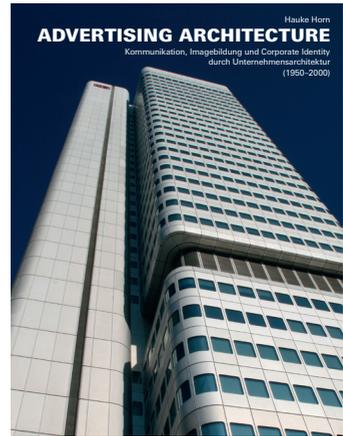
Hauke Horn

ADVERTISING ARCHITECTURE

Kommunikation, Imagebildung und Corporate Identity durch Unternehmensarchitektur (1950–2000)

Ob imposante Hochhäuser, innovative Materialien und Konstruktionen, zeichenhafte Formen oder ökologische Hightech-Bauten – private Großunternehmen haben die Architekturgeschichte des 20. Jahrhunderts wesentlich mitgeprägt. In „ADVERTISING ARCHITECTURE“ untersucht Hauke Horn, wie Konzerne und Großbanken ihre Hauptquartiere strategisch als visuelle Medien nutzen, um ihre Produkte zu bewerben, ihr öffentliches Image zu beeinflussen und eine Corporate Identity zu konstruieren.

Abseits einer auf die Handschrift berühmter Architekten fokussierenden Stilgeschichte zeigt sich der große Anteil, den Firmen als Auftraggeberinnen am Erscheinungsbild von Gebäuden haben können. Darüber hinaus präsentiert das Buch einen neuen Ansatz der Architekturikonologie: Architektur wird als visuelles Kommunikationsmedium betrachtet, das stets Botschaften aussendet.



272 Seiten mit 44 Farb- und 128 s/w-
Abbildungen
20 × 26 cm
€ 69,00 (D)
ISBN 978-3-7861-2881-6 (Hardcover)
ISBN 978-3-7861-7515-5 (E-Book)

Der Autor: Hauke Horn ist Architekt, Kunsthistoriker und ausgewiesener Experte der Architekturgeschichte. Er lehrt und forscht als Privatdozent an der Universität Mainz, zuvor war er an Universitäten in Braunschweig, Darmstadt, Kaiserslautern, Las Palmas de Gran Canaria und Straßburg tätig.