

BIBLIOGRAPHIC INFORMATION & SPECIFICATIONS

ISBN: 978-93-344-2686-1

Publisher: Self-published, Bhuleshwar Mate, Nagpur

Edition: First Edition, First Printing

Publication: December 2025

Format: Hardcover

Book Dimensions (outer):

260 mm × 260 mm × 22.5 mm (square)

Page Size (inner): 254 mm × 254 mm

Paper: 170 gsm Indian Art Matte Paper

Finishing: Cover with gold foil embossing

Printer: Pragati Offset Pvt. Ltd., Hyderabad

Retail Price (MSRP): 45.00 €

(Final price under § 19 UStG)

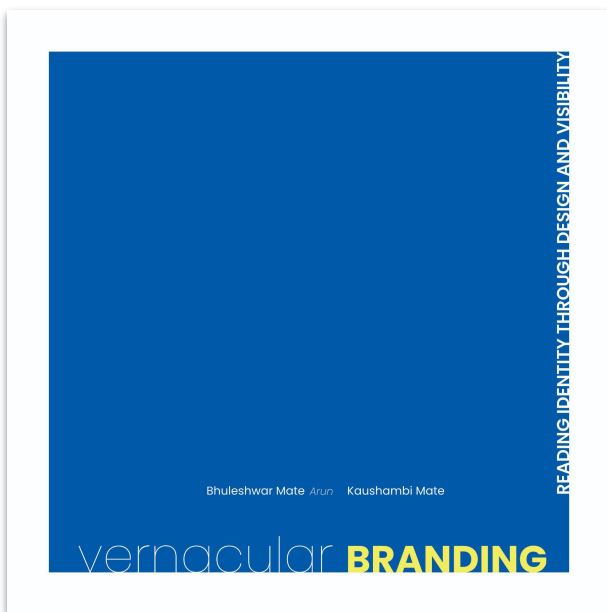
Wholesale Price: by arrangement

Distribution Germany: Direct distribution from Telgte

Subject Category: 1933 (Design/Graphic) /
1930 (Art/Architecture)

Weight: approx. 1,400 g (1.4 kg)

Delivery Time: 3–5 business days



ABOUT THE AUTHORS

Vernacular Branding is built on an intergenerational and interdisciplinary conversation, one that draws together fifty years of Indian design pedagogy and contemporary European architectural research. The book is the result of this dialogue between father and daughter, academic and practitioner, archive and analysis.

Prof. Bhuleshwar Mate is a designer and academician with over 50 years of influence on Indian visual culture. A former Vice Chancellor of Assam University and former faculty member at the Sir J.J. Institute of Applied Art, Mumbai, his career spans corporate branding for clients including Hyatt Regency and Holiday Inn, commissions for the International Film Festival of India, and decades of independent documentation of India's street-level visual systems through his Envisionar Design Atelier in Nagpur.

Kaushambi Mate is a design and planning specialist based in Germany, working at the intersections of architecture, culture, identity, and design. A graduate of the Städelschule Architecture Class in Frankfurt, her Master's thesis was recognised with the AIV Best Thesis Award at the Deutsches Architekturmuseum (DAM) in 2016. As co-author and designer of Vernacular Branding, she authored the book's core material and developed its visual framework, and has contributed to brand identity projects at Envisionar Design Atelier since 2017.

vernacular **BRANDING**

READING IDENTITY THROUGH DESIGN AND VISIBILITY

by Prof. Bhuleshwar Mate
and Kaushambi Mate

Vernacular and **Branding**: both words carry a difficult history, yet today they sit in very different contexts. Vernacular architecture is a well-established practice built on using local materials within regional architectural typologies, while branding remains a top priority across marketing and design. This book brings these two words together to identify and explore methodologies for reading identity and visibility, and for acknowledging their presence within design. Indian design offers a rich and varied context for this exploration.

Vernacular Branding documents India's informal visual culture through five decades of hand-painted typography, improvised signage, and everyday branding systems. The book is an intergenerational collaboration between Prof. Bhuleshwar Mate and Kaushambi Mate, bridging fifty years of Indian design education with contemporary European architectural research.

As global branding grows increasingly uniform, India's vernacular landscape remains rooted in local knowledge and craft. The book positions itself as a living archive of a disappearing culture, reading streets as galleries and everyday signs as cultural heritage.

PUBLIC RESONANCE

Vernacular Branding was formally launched at the Government College of Art and Design (GCAD), Nagpur, on the institution's 50th anniversary, and has since been received into the reference collections of the College of Fine Arts (Thiruvananthapuram), NIFT Hyderabad, NID Jorhat, and Sinhgad College of Architecture (Pune), alongside coverage across regional Indian print and digital media including Navbharat Times, Lokmat Times, Dainik Bhaskar, and Shankhnaad News.

BIBLIOGRAFISCHE DATEN & SPEZIFIKATIONEN

ISBN: 978-93-344-2686-1

Verlag: Selbstverlag, Bhuleshwar Mate, Nagpur

Auflage: Erstauflage, Erstdruck

Veröffentlichung: Dezember 2025

Format: Gebunden (Hardcover)

Buchmaße (außen): 260 mm × 260 mm × 22,5 mm
(quadratisch)

Seitenformat (innen): 254 mm × 254 mm

Papier: 170g Indian Art Matt Papier

Veredelung: Umschlag mit Goldfolienprägung

Druckerei: Pragati Offset Pvt. Ltd., Hyderabad

Verkaufspreis (UVP): 45,00 €

(Endpreis gem. § 19 UStG)

Einkaufspreis: je nach Vereinbarung

Vertrieb Deutschland: Direktvertrieb aus Telgte

Warengruppe: 1933 (Design, Grafikbau) /
1930 (Kunst/Architektur)

Gewicht: ca. 1.400 g (1,4 kg)

Lieferzeit: 3–5 Werktage



ÜBER AUTOR UND AUTORIN

Vernacular Branding entsteht aus einem intergenerationellen und interdisziplinären Gespräch, das fünfzig Jahre indische Designlehre mit zeitgenössischer europäischer Architekturforschung verbindet. Das Buch ist Ergebnis dieses Dialogs zwischen Vater und Tochter, zwischen Akademiker und Praktikerin, zwischen Archiv und Analyse.

Prof. Bhuleshwar Mate ist Designer und Akademiker mit über 50 Jahren Einfluss auf die indische visuelle Kultur. Als ehemaliger Vizerektor der Assam University und ehemaliges Fakultätsmitglied des Sir J.J. Institute of Applied Art, Mumbai, umfasst seine Laufbahn Corporate-Branding für Kunden wie Hyatt Regency und Holiday Inn, Aufträge für das International Film Festival of India sowie jahrzehntelange eigenständige Dokumentation der visuellen Systeme der indischen Straße über sein Envisionar Design Atelier in Nagpur.

Kaushambi Mate ist eine in Deutschland ansässige Design- und Planungsspezialistin, die an den Schnittstellen von Architektur, Kultur, Identität und Design arbeitet. Sie absolvierte die Städelschule Architecture Class in Frankfurt, ihre Masterarbeit wurde 2016 mit dem AIV Best Thesis Award im Deutschen Architekturmuseum (DAM) ausgezeichnet. Als Co-Autorin und Gestalterin von Vernacular Branding verfasste sie das inhaltliche Kernmaterial des Buches und entwickelte dessen visuellen Rahmen; seit 2017 wirkt sie zudem als kreative Partnerin bei Envisionar Design Atelier an Markenidentitätsprojekten mit.

vernacular **BRANDING**

READING IDENTITY THROUGH DESIGN AND VISIBILITY

von Prof. Bhuleshwar Mate
und Kaushambi Mate

Vernacular und **Branding**, beide Begriffe tragen eine schwierige Geschichte in sich, heute stehen sie jedoch in ganz unterschiedlichen Kontexten. Vernakuläre Architektur ist ein etablierter Begriff und eine etablierte Praxis, die den Einsatz lokaler Materialien innerhalb regionaler architektonischer Typologien untersucht, während Branding eine zentrale Priorität in Marketing und Design darstellt. Dieses Buch führt beide Begriffe zusammen, um Methoden zum Lesen von Identität und Sichtbarkeit zu entwickeln und ihre Präsenz im Design sichtbar zu machen. Das indische Design bietet dafür einen reichen und vielfältigen Kontext.

Vernacular Branding dokumentiert Indiens informelle visuelle Kultur, handgemalte Typografie, improvisierte Beschilderung und alltägliche Branding-Systeme über fünf Jahrzehnte hinweg. Das Buch ist eine intergenerationelle Zusammenarbeit von Prof. Bhuleshwar Mate und Kaushambi Mate und verbindet fünfzig Jahre indische Designausbildung mit zeitgenössischer europäischer Architekturforschung.

Während globales Branding zunehmend uniform wird, bleibt Indiens vernakuläre Landschaft in lokalem Wissen und handwerklichem Können verwurzelt. Das Buch versteht sich als lebendiges Archiv einer verschwindenden Kultur und liest Straßen als Galerien, Alltagszeichen als kulturelles Erbe.

ÖFFENTLICHE RESONANZ

Vernacular Branding wurde am Government College of Art and Design (GCAD), Nagpur, anlässlich des 50-jährigen Bestehens der Institution offiziell vorgestellt und seither in die Referenzbestände des College of Fine Arts (Thiruvananthapuram), des NIFT Hyderabad, des NID Jorhat sowie des Sinhgad College of Architecture (Pune) aufgenommen, begleitet von Berichterstattung in regionalen indischen Print- und Digitalmedien wie Navbharat Times, Lokmat Times, Dainik Bhaskar und Shankhnaad News.