



gestalten
Frühjahr 2014

FRÜHJAHR 2014 / INHALT

Neue Titel

titel	seite
Dinge drucken	02
Wunderkammern	04
The Outsiders	06
Winkreative Design Stories	08
Hallo, ich bin Erik	10
Our House in the City	12
Der Chopper	14
Autoban	16
Muster machen	18
Berlin Wonderland	20
For the Record	22
Out of the Blue	24
The Weather Diaries	26
Sometimes Happiness	28

Gestalten Backlist A–Z

titel	seite
The Age of Collage	48
Around the World	30
Black Antoinette	79
Blank Slate	56
The Book of Bock	78
Brand Spaces	71
Carnevale—Andrea Ventura	68
Container Atlas	70
Death	67
A Delicious Life	58
Designing News	61
Deutschland verstehen	38
Echoes of the Future	72
Edvard Munch 1863–1944	43
Fabrica Grafica—Jan Van Der Veken	69
Forever	49
Fully Booked: Ink on Paper	52
Das geheime Cocktail-Buch	47
Going Public	75
Grid Index	78
Hand to Type	66
High Touch	68
Homecoming	75
I am Dandy	34
Illustrators Unlimited	79
Introducing: Culture Identities	60
Just Married	46
Der kleine Besserwisser	76
Korea—Korea	70
Lang/Baumann: More is More	74

Gestalten Backlist A–Z

titel	seite
Learn for Life	77
Less and More	73
Let's Go Out!	64
A Life in Illustration	45
Lingua Digitalis	63
Little Big Books	53
The Logo Design Toolbox	57
A Map of the World	44
The Monocle Guide to Better Living	32
Nendo	62
Northern Delights	55
Nostalgia	42
Oasis	50
Once in a Lifetime	65
Pablo Picasso. Frauen, Stiere, Alte Meister	40
Ready to Print	76
The Ride	36
Rock the Shack	51
The Sky's the Limit	74
Taken By Surprise	73
Timestory	72
Type Navigator	77
Velo—2nd Gear	59
Visual Storytelling	69
Weil Design die Welt verändert ...	71
WorkScape	54



TITEL

PRODUKTDISEIGN

DINGE DRUCKEN

Wie 3D-Drucken das Design verändert

Herausgeber: C. Warnier, D. Verbruggen / Unfold, S. Ehmann, R. Klanten
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, 240 Seiten, 24 x 28 cm, Sprache: Deutsch
Preis: € 39,90 (D)
ISBN (D): 978-3-89955-529-5



ISBN (E): 978-3-89955-516-5

Erscheint: April



SAMPLE COVER

Eine inspirierende und verständliche Einführung in das kreative Potenzial von 3D-Druck, anhand von herausragenden Projekten, zentralen Köpfen und neuesten Technologien.

Gestalter, Trendforscher, Wissenschaftler und Unternehmer sind sich einig: Das goldene Zeitalter des 3D-Druckens beginnt genau jetzt und wahrscheinlich stehen wir damit vor der größten technischen Umwälzung in der Fertigung seit der Erfindung der Drehbank.

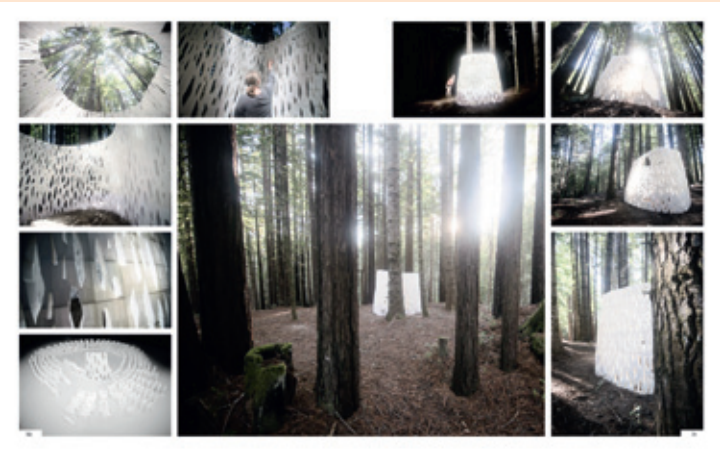
3D-Drucken, das heißt dreidimensionale, komplexe Gegenstände schichtweise aus Flüssigkeiten oder Pulver aufzubauen, und schon bald werden 3D-Drucker in Werkstätten, Büros und Wohnungen stehen. Direkt vor Ort werden wir in der Lage sein, Schmuck, Kleinmöbel, Prototypen, Ersatzteile oder sogar Speisen zu drucken. Wenn wir im Hotel unsere Zahnbürste vergessen haben, so werden wir sie uns in Zukunft einfach ausdrucken.

Auf diese Weise entwickeln sich neue Fertigungsabläufe, vor allem aber auch komplett neue Formensprachen und Geschäftsmodelle. Selbst bisher mittels traditioneller Fertigungsverfahren nicht realisierbare Formen und Konstruktionen sind jetzt schon druckbar.

Dinge drucken bietet Profis und Interessierten den optimalen Einstieg in das Zukunftsthema 3D-Printing. Dabei präsentiert es zunächst einen Überblick über Geräte, Werkzeuge und Abläufe und zeigt zudem eine Auswahl richtungsweisender Gestalter und deren Projekte.

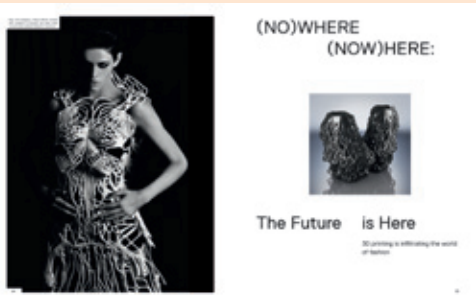
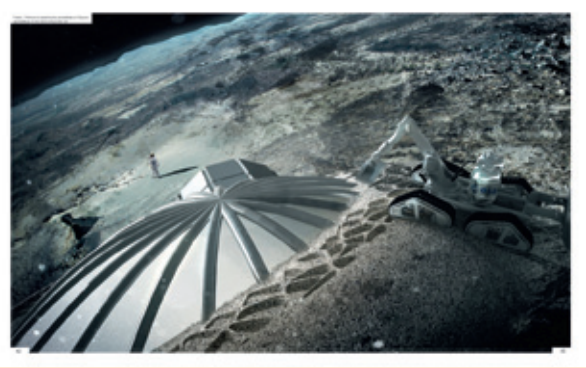
Diese neue Generation an technikbegeisterten und experimentierfreudigen Designern und Quereinsteigern kann es kaum erwarten, Potenziale und Grenzen dieses neuen Verfahrens auszutesten. Das Rennen ist eröffnet, und jeder möchte den Service oder das Produkt entwickeln, das den populären und designgetriebenen Massenmarkt erobert. *Dinge drucken* ist das Buch für die Gestalter, Tüftler und Unternehmer von heute und morgen.

Das Buch erscheint in deutscher und englischer Sprache.



ÜBER DIE MITHERAUSGEBER

Nachdem **CLAIRE WARNIER** und **DRIES VERBRUGGEN** 2002 die Design Academy Eindhoven verließen, gründeten sie **UNFOLD** als eine Plattform für ihre multidisziplinäre Arbeit zwischen Design, Technik und Kunst. Gemeinsam erforschen die Designer die neue Ära der digitalen Produktion und der neuen Vertriebswege. Die Pioniere des 3D-Drucks wurden insbesondere bekannt durch ihren Keramik Drucker L'Artisan Électronique.





TITEL

STYLE, ARCHITEKTUR

WUNDERKAMMERN

Die neue Eleganz im
Interiordesign

Herausgeber: R. Klanten, S. Borges, S. Ehmann
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover,
256 Seiten, 24 x 30 cm, Sprache: Deutsch
Preis: € 39,90 (D)
ISBN (D): 978-3-89955-530-1



ISBN (E): 978-3-89955-517-2

Erscheint: Februar

NEU

SAMPLE COVER

Was der Dandy für die Mode ist, bedeuten die neuen, glamourösen Wunderkammern für das Einrichtungsdesign.

Die schönsten Wohnungen waren immer schon Spiegelbilder ihrer interessanten Bewohner. Apartments werden Bühnen des eigenen Charakters, die Wunderkammern unkonventioneller Lebenswege. Die Wohnung als Dandy sozusagen.

Dabei wird kombiniert, was die Persönlichkeit unterstreicht. Modernes trifft auf Gesammeltes und auf Gegenstände mit eigenen Geschichten. Einheitlichkeit wird gemieden, stattdessen treffen in jenen atmosphärischen Räumen gedeckte Farben auf geometrische Muster und Antiquitäten auf ultramoderne Leuchten, so wie es eben gefällt. Über dem orientalischen Teppich schwebt eine Industrielampe, eine dunkle Holztafelung trifft auf den Messingschimmer eines Carl-Auböck-Objekts, Paisley auf Onyx und Historisches auf Futuristisches.

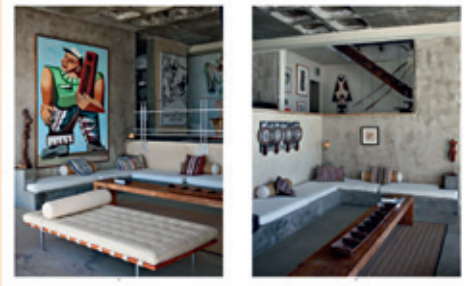
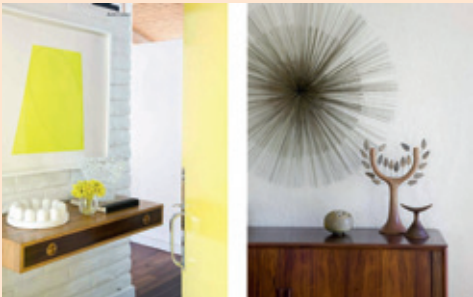
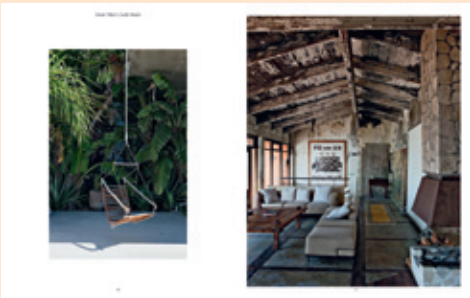
Die Liste der Kontraste, die diese collagierten Innenräume auszeichnen, ließe sich ewig erweitern. Diese Räume sind, ähnlich der Wohnungen von Designern und Architekten der klassischen Moderne, keine nüchternen Wohnmaschinen, sondern echte Wunderkammern. Die Versammlung seltener, skurriler, teils exotischer Gegenstände hat allerdings immer weniger mit dem investierten Geld zu tun als mit dem Lebensweg und der Fantasie seiner Bewohner und Schöpfer.

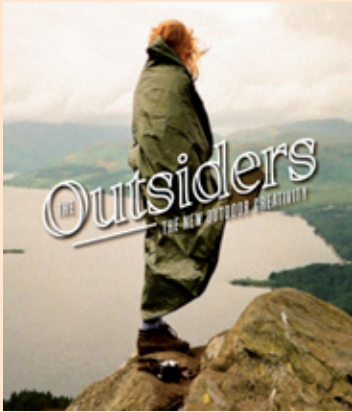
So entstehen Räume, die aussehen wie Kulissen eines Kubrick, Fincher oder Lynch Films – manchmal kühl, manchmal glamourös, oft mysteriös und stets aufregend anders als die Räume der 1990er-Jahre.

Wunderkammern stellt auf 256 Seiten einige der spannendsten Innenräume vor. Ähnlich wie *Northern Delights* präsentiert dieser Band auch die wichtigsten Innenraumgestalter und porträtiert Wohnungsbesitzer und ihre Einrichtungen. Daraus

ergibt sich ein Buch über wegweisendes Interiordesign, bei dem es im Wesentlichen nicht um das Anhäufen der neuesten Produkte geht, sondern um das Erzählen der eigenen Geschichte.

Das Buch erscheint in deutscher und englischer Sprache.





TITEL

THE OUTSIDERS

The New Outdoor Creativity

STYLE

Herausgeber: J. Bowman, S. Ehmann, R. Klanten
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover,
240 Seiten, 24 x 28 cm
Preis: € 39,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-513-4

NEU



Erscheint: Februar

SAMPLE COVER

Immer mehr Kreative folgen der Sehnsucht nach Reisen, Abenteuer und Natur. So ist eine Szene entstanden, die neue Outdoor-Produkte gestaltet, bestehende besser macht und von ihren Erlebnissen auf ihre eigene Weise berichtet.

Draußen zu sein, das bedeutet, Wind, Sonne, Wasser, Wald, Kälte, Wärme zu spüren, klare Luft zu atmen. Du nimmst deine Thermoskanne mit, dein Zelt, ein Messer, deinen Hund, vielleicht eine Axt, ein Notizbuch, und los geht's: mit Campingbus, Mountainbike, Motorrad, Kanu oder eben einfach zu Fuß. Diese Sehnsucht zieht urbane Nomaden und Kreative aus aller Welt in ihren Bann – von Portland und Berlin bis Helsinki, Kapstadt und Tokio.

The Outsiders dokumentiert das Lebensgefühl all derer, die nach Ruhe, Balance und ein wenig Abenteuer als Abwechslung zu ihrem Alltag suchen. Es geht um Mobilität und das Sich-Konzentrieren auf die wesentlichen Dinge sowie die smarte, sehr erfolgreiche Outdoor- und Lifestyle-Industrie, die sich aus dieser kreativen Szene heraus entwickelt hat.

Eine ganze Reihe neuer Marken und Manufakturen prägen ein erfrischend zeitgemäßes Bild vom Globetrotter und



Abenteurer. Ihre hier im Buch versammelten Produkte und Projekte sind leichter, besser, schicker, radikaler, haltbarer und verbinden Handwerk mit Hightech, aber auch mit Illustration, Fotografie, Grafik-, Produkt- und Modedesign. Die praktischen Anforderungen der Wildnis treffen auf die ästhetischen Bedürfnisse der designaffinen Stadtmenschen – stimmungsvoll, sympathisch und mit einem romantischen, teilweise auch ironischen Augenzwinkern.

Ähnlich wie bei Gestaltens *Velo*-Büchern werden hier Produkte vorgestellt, Personen porträtiert, Stimmungen eingefangen und Illustrationen sowie grafische Arbeiten präsentiert. Genauso sehr zeigt *The Outsiders* aber auch, wie ein allgemein bekanntes Thema scheinbar jahrelang einen Dornröschenschlaf gehalten hat und jetzt von einigen inspirierten Menschen, die die Welt von einer anderen Seite sehen und unseren Alltag hinterfragen, wach geküsst werden kann. Die dabei entstehenden Ideen, Produkte und kreativen Lösungen sind eine Bereicherung, die unser Leben spannender machen.



ÜBER DEN MITHERAUSGEBER

Mitherausgeber **JEFFREY BOWMAN** ist nicht nur Beobachter der neuen Outdoor-Bewegung, sondern selbst ein Teil von ihr. Der Grafikdesigner zog vor Kurzem von England nach Norwegen und begann direkt damit, dieses neue Land angemessen zu erkunden: mit einer 2.000 Kilometer langen Rundfahrt durch die norwegische Natur.





TITEL

WINKREATIVE DESIGN STORIES

A Global View on
Branding, Design and
Publishing

STYLE

Von: Winkreative
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover,
verschiedene Papiersorten,
344 Seiten, 23×30 cm
Preis: € 49,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-510-3



Erscheint: Januar

[SAMPLE COVER]

Ein umfangreicher Einblick in Projekte, Denk- und Arbeitsweisen der globalen Branding- und Designagentur von Monocle-Gründer Tyler Brûlé.

Winkreative ist die Design-, Markenführungs- und Beratungsagentur von Tyler Brûlé, dem Erfinder des *Wallpaper**-Magazins und Macher von Monocle.

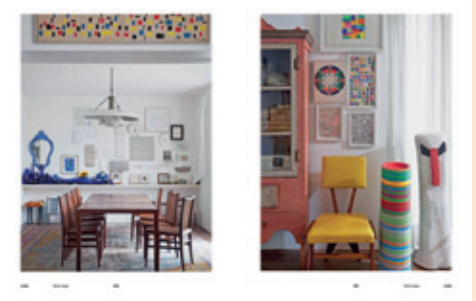
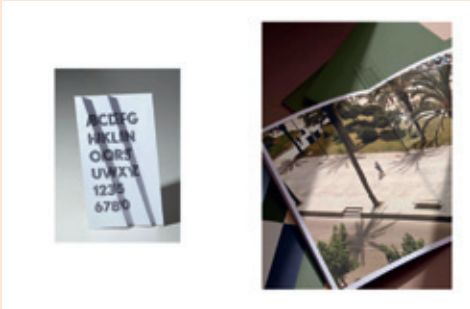
Winkreative Design Stories zeigt die Höhepunkte aus dem Portfolio der Agentur, die sich binnen kürzester Zeit zu einer der gefragtesten Adressen im Bereich des Corporate Designs und der Markenführung entwickelt hat. Furore hat Winkreative mit der Überarbeitung des Erscheinungsbildes der Schweizer Fluglinie Swiss gemacht. Seitdem geben sich die führenden Marken und Konzerne der Welt die Klinke in die Hand, um ihr Markenbild von Winkreative auf den neuesten Stand bringen zu lassen.

Gegliedert in die Bereiche Charme, Handwerk, Wissen, Klarheit und Storytelling, versammelt jedes dieser Kapitel ein paar Beispielprojekte zum jeweiligen Schlüsselbegriff und gibt in kurzen, informativ-

unterhaltsamen Texten Einblick in Denken, Haltung, Kultur und Handwerkszeug der Agentur.

Hochwertige Stilllebenfotografien dokumentieren die Arbeiten und damit Winkreatives unverwechselbares ästhetisches Gespür, während Illustrationen und Reportagefotografie die Meilensteine der Unternehmensgeschichte, Mitarbeiter der Agentur und Arbeitsatmosphäre auf unpräzise spielerische Weise präsentieren.

Winkreative Design Stories ist ein angenehm entspanntes und handwerklich hochwertiges Buch. Bislang gibt es kaum publizierte Dokumentationen über die Projekte von Winkreative, und somit ist das Buch auch ein wertvoller Einblick in die Gestaltungsprojekte und Denkweise der Agentur für Meinungsführer, Kreative, Geschäftsleute und politische Entscheidungsträger.



ÜBER WINKREATIVE

Mit Schwerpunkten in den Bereichen Markenführung, Logoentwicklung, Corporate Design, redaktionelle Betreuung, Online und Werbung arbeitet **WINKREATIVE** für illustre internationale Kunden. Gegenwärtig hat die Firma 50 Angestellte in elf Ländern. Am Grundprinzip hat sich jedoch seit der Gründung durch **TYLER BRÛLÉ** im Jahr 1998 nichts geändert: Die kreativen Lösungen der Agentur entspringen noch immer einer journalistischen Neugier sowie dem Bestreben, qualitativ hochwertige Gestaltungslösungen und Inhalte zu entwickeln.

KUNDEN

BlackBerry, The Calvert Foundation, Case da Abitare, Lexus, Louis Vuitton, Mackintosh, Mini, Porter Airlines, Swiss International Air Lines, Taiwan Tourism Bureau, The Government of Thailand, Wimbledon und viele andere.





TITEL

HALLO, ICH BIN ERIK

Erik Spiekermann:
Schriftgestalter, Designer,
Unternehmer

GRAFIKDESIGN, TYPOGRAFIE

Herausgeber: J. Erler
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover,
320 Seiten, 22 x 28 cm, Sprache: Deutsch
Preis: € 45 (D)
ISBN (D): 978-3-89955-527-1



ISBN (E): 978-3-89955-519-6

Erscheint: August



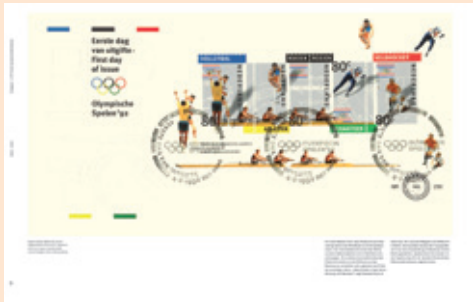
[SAMPLE COVER]

Erik Spiekermann ist zum Inbegriff des Schriftgestalters geworden und hat wie kaum ein Zweiter das Grafikdesign weltweit durch seine Schriften, kommerziellen Projekte und Unternehmungen geprägt. Das umfangreiche Buch ist die erste Werkschau seines Schaffens.

Erik Spiekermann ist einer der bekanntesten Schriftgestalter und Grafiker weltweit. Als Lehrer und Kritiker gleichermaßen geliebt wie gefürchtet, übt er beispiellosen Einfluss auf die zeitgenössische grafische Gestaltung aus und repräsentiert deutsche Schriftgestaltung und Markenführung wie kein Zweiter.

Erstmals erscheint nun eine visuelle Biografie von Erik Spiekermann, die seine bisherigen Projekte dokumentiert sowie Stationen seines Lebens nachzeichnet und seine Haltung als Gestalter textlich vertortet. Gastbeiträge namhafter Gestalter und Autoren geben dieser konzentrierten Werkschau ihren Rahmen.

Mit der Gestaltung von Leitsystemen für die Berliner Verkehrsbetriebe und den Düsseldorf Flughafen sowie der Hausschrift für die Deutsche Bahn, hat Erik Spiekermann nicht nur dafür gesorgt, dass sich die Deutschen besser zurechtfinden. Maßgeblich verantwortlich für das Erscheinungsbild



von Marken wie Audi, Volkswagen und Bosch, hat er wesentlich dazu beigetragen, ein Bewusstsein für Corporate Design in Deutschland zu schaffen. Er arbeitet stets auch international und hat, um nur ein Beispiel zu nennen, die Neugestaltung von *The Economist* in London realisiert.

Als gefragter Redner hält Spiekermann Vorträge auf Designkonferenzen und an Universitäten weltweit. Er ist unter anderem Honorarprofessor an der Hochschule für

Künste Bremen und hat einen Ehrendoktor des Art Center College of Design, Pasadena. In seinen Klassen und Firmen wie MetaDesign und EdenSpiekermann hat er zahlreiche namhafte Gestalter ausgebildet.

Erik Spiekermann ist eine der international führenden Figuren in der grafischen Gestaltung, und sein Wort hat Gewicht – trotzdem ist er weder unnahbar noch abgehoben. Es ist gerade seine unkomplizierte, offene und unprätentiöse Art, die viele junge Gestalter motiviert und beeinflusst. Dies ist sicherlich auch einer der zahlreichen Gründe, weswegen er weltweit höchsten Respekt genießt.

Das Buch *Hallo, ich bin Erik* ist in enger Zusammenarbeit mit Erik Spiekermann von Johannes Erler und seinem Büro herausgegeben, verfasst und gestaltet worden und erscheint in deutscher und englischer Sprache.



ÜBER ERIK SPIEKERMANN

Der Gründer von MetaDesign, FontShop und EdenSpiekermann blickt auf einige Jahrzehnte als erfolgreicher Unternehmer und Taktgeber zurück. Zusammen mit seiner Frau Joan und Neville Brody hat **ERIK SPIEKERMANN** mit der Gründung von FontShop International den Vertrieb von Schriften über das Internet „mitgefunden“. Seine Fonts FF Meta und ITC Officina sind bei Kunden seit Jahren beliebt und werden von Fachleuten bereits als moderne Klassiker angesehen. Das aktuelle Geschehen in der Welt der Gestaltung kommentiert er

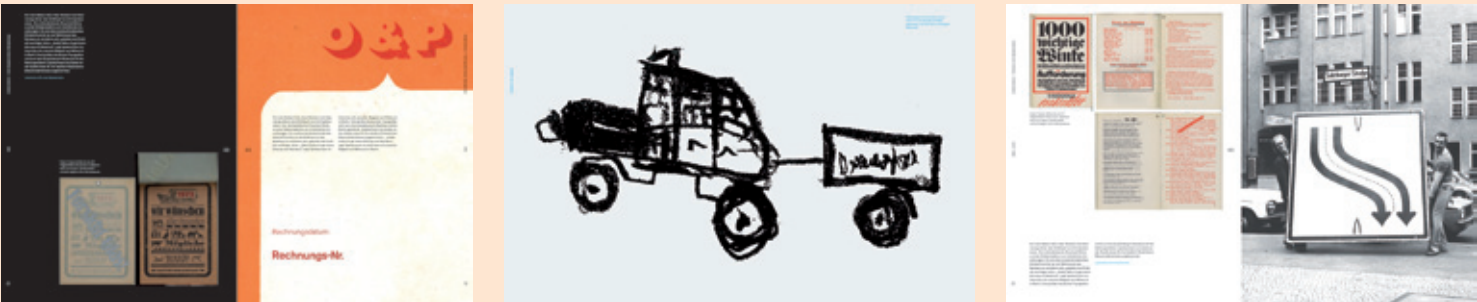
ÜBER JOHANNES ERLER

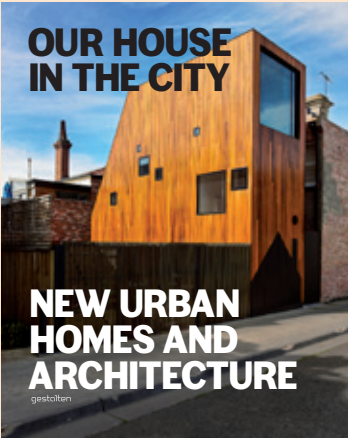
vorzugsweise auf Twitter, wo er mehr als 250.000 Follower hat.

2011 erhielt der große Typograf den Designpreis der Bundesrepublik Deutschland für sein Lebenswerk.

JOHANNES ERLER ist einer der führenden Köpfe der deutschen Gestaltungs- und Kreativszene. Mit seiner Agentur Factor Design hat er bis Ende 2010 das visuelle Erscheinungsbild und die Positionierung namhafter deutscher Marken und Institutionen geprägt, darunter Wempe, das Deutsche Theater

Berlin und die *Süddeutsche Zeitung*. Neben seiner Arbeit im Bereich Corporate Design widmet sich Erler der redaktionellen Gestaltung. Seit 2011 ist er Art Director des Magazins *Stern*, wo er den gestalterischen Relaunch des Traditionsblattes verantwortet hat. Im Vorstand des Art Directors Club Deutschland widmet er sich besonders dem Thema Editorial Design.





TITEL

ARCHITEKTUR

OUR HOUSE IN THE CITY

New Urban Homes and Architecture

Herausgeber: S. Borges, S. Ehmann, R. Klanten
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover,
256 Seiten, 24 × 30 cm
Preis: € 39,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-518-9

NEU

Erscheint: Januar



SAMPLE COVER

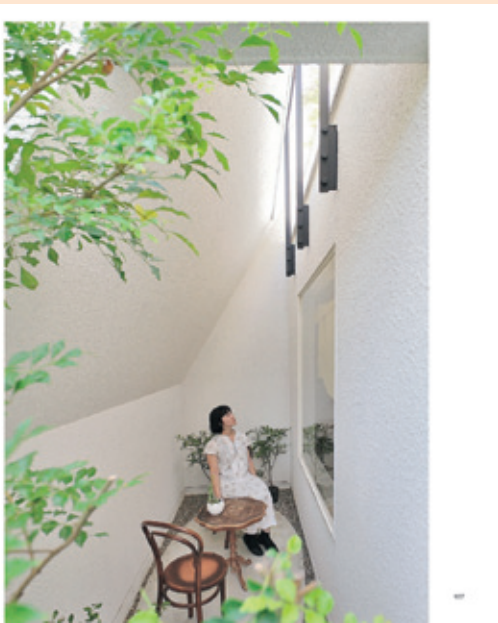
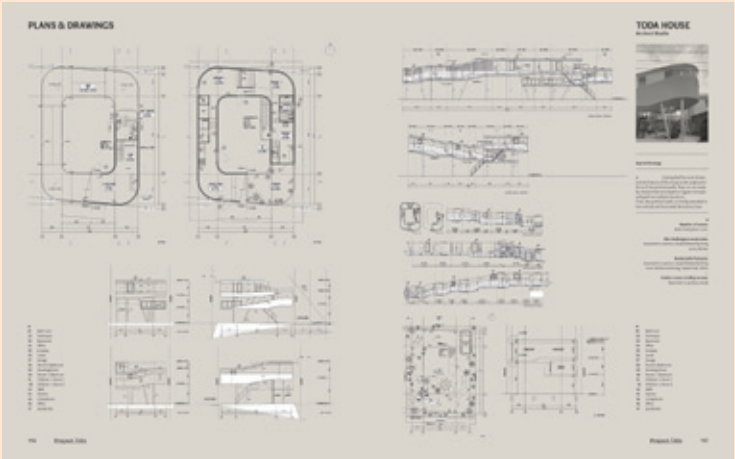
Eine neue Generation von Bauherren und Architekten findet originelle Lösungen und ungewöhnliche Orte für das moderne Einfamilienhaus in der Stadt.

Wir wollen alle in der Stadt leben – zumindest meistens. In der Metropole, dem Melting Pot, dort wo die Post abgeht, Geschichte geschrieben wird. Doch je mehr die Städte wachsen und je dichter sie werden, desto mehr gilt es für ihre Bewohner und Architekten, neue, ungewöhnliche Wege zu finden, weiter zusammen und doch auch individuell zu leben.

In der schmalsten Baulücke, den Hinterhöfen, auf Brachen und Dächern, in Industrieruinen oder den gerade noch nicht gentrifizierten Bezirken gibt es eine ganze Bandbreite innovativer und einzigartiger Lösungen für das neue, urbane Zuhause für die Familie. All diese Orte bieten dem modernen Stadtmenschen die (ent)spannende Möglichkeit, mittendrin und doch auch bei sich selbst zu sein. Hier sind neue, unkonventionelle Konzepte gefragt, und Geld zählt weniger als der kreative Geist, die Dinge, Räume, Altbauten, Objekte, Baulücken anders zu sehen als alle anderen, nämlich als zukünftiges Zuhause.

Our House in the City zeigt Bilder und Pläne, erzählt aber auch die Geschichten hinter den anregendsten, aktuellen Architekturprojekten in diesem Bereich. Es schildert die Bedürfnisse der Bauherren, den Einfluss des unmittelbaren Umfelds, die Visionen einer neuen Architektengeneration und wie all das die Architektur, das Design

und nicht zuletzt das Leben in den neuen Räumen beeinflusst. Die Auswahl der Projekte reicht dabei von ungewöhnlichen Raumkonzepten in den dichtesten Städten der Welt bis zu offeneren Strukturen an der urbanen Peripherie. Vom Renovieren und Sanieren zum Aus-, An- und Neubauen: *Our House in the City* legt den Grundstein für eine zeitgenössische, dynamische Beziehung zwischen städtischer Architektur und potenziellen Bauherren, zwischen urbanem Wohnabenteuer und etwas Home Sweet Home.





TITEL

DER CHOPPER

Die wahre Geschichte

STYLE

Herausgeber: P. d'Orléans, R. Klanten
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover,
256 Seiten, 21 x 26 cm, Sprache: Deutsch
Preis: € 29,90 (D)
ISBN (D): 978-3-89955-531-8



ISBN (E): 978-3-89955-524-0

Erscheint: August



[SAMPLE COVER]

Der Chopper ist das amerikanischste aller Motorräder und verkörpert seit *Easy Rider* weltweit den amerikanischen Traum. Dies ist die wahre Geschichte des Rebellen unter den Motorrädern.

Der Chopper ist eine uramerikanische Erfindung und neben Jazz und Abstraktem Expressionismus einer der bedeutendsten amerikanischen Kulturexporte des 20. Jahrhunderts. Tief verwurzelt in den Ursprüngen amerikanischer Motorradkultur, erlebte der Chopper seine Blütezeit nach dem Zweiten Weltkrieg, als Ausdruck von persönlicher Freiheit, einer Identifikation mit dem Mythos des amerikanischen Westens und zeitgleich mit dem Aufkommen des Rock'n'Roll. Der Chopper besitzt eine Sonderstellung unter den Motorrädern, mit einem ganz eigenen, ungeschriebenen Regelwerk für Maschine und Fahrer und das, obwohl oder gerade weil der Chopper von den großen Motorradherstellern bestenfalls stiefmütterlich behandelt wurde.

Spätestens seit dem Film *Easy Rider* ist der Chopper eine Ikone des amerikanischen Traums. Man muss kein Motorradfan sein, um einen Chopper zu erkennen.

Lange Vordergabel, tiefe Sitzposition, dicker Hinterreifen, hoher Lenker.

Seit den 1920er-Jahren bis in die Gegenwart wurde das Chopper-Regelwerk unabhängig von Motorradfahrern und Schraubern rund um den Globus erweitert. Was als amerikanische Subkultur begann, wurde später über Generationen hinweg von Popkultur, Fernsehshows und Printmedien vermarktet und kommerziell ausgebeutet. Die wahre Geschichte des Choppers allerdings wurde noch nie erzählt, obwohl sie viel komplexer und aufregender ist als die Stereotypen, die den Chopper umgeben. Paul d'Orléans, einer der führenden Motorradjournalisten und -experten auf dem Gebiet, erzählt in diesem Buch die eigentliche Geschichte. Von den Anfängen bis zur aktuellen Renaissance des Choppers – Paul d'Orléans berichtet von legendären Motorradkonstrukteuren wie Arlen Ness, den Frauen und Männern, die diese Maschinen fahren, aber auch von schwarzen Motorradgangs, genialen japanischen Werkstätten und den jungen Enthusiasten, die dem Chopper aktuell zu neuer Blüte verhelfen.

Neben dem fundierten Text besticht das Buch durch eine Vielzahl historischer und zeitgenössischer Fotografien und verhilft dem Chopper so zu der Bedeutung, die ihm gebührt.

Das Buch erscheint in deutscher und englischer Sprache.

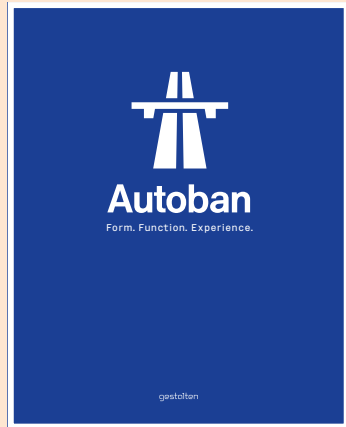


ÜBER DEN MITHERAUSGEBER

PAUL D'ORLÉANS, alias „the Vintagent“, ist die führende Adresse, wenn es um klassische Motorräder geht. Seit 30 Jahren erforscht und dokumentiert der zweiradbesessene Kulturhistoriker die weltweite Motorradbewegung. Zuletzt widmete er sich in Gestaltens *The Ride* der zeitgenössischen Custom-Bike-Szene und in *Ton Up!* dem Café Racer. Mit *The Chopper* richtet er seinen Blick nun wieder auf Amerika und erzählt die wahre Geschichte einer missverstandenen Motorradgattung. Neben *The Vintagent* schreibt Paul auch für monatliche

Magazine in sechs Sprachen, dokumentiert die Vintage-Szene auf MotoTintype.com und berät die weltweit führenden Auktionshäuser in Motorradfragen.





TITEL

AUTOBAN

Form. Function.
Experience.

ARCHITEKTUR, PRODUKTDESIGN

Herausgeber: R. Klanten, Marie Le Fort
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover,
verschiedene Papiersorten, 320 Seiten, 24 x 30 cm
Preis: € 49,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-508-0



Erscheint: Januar

SAMPLE COVER

Istanbul verbindet Orient und Abendland. Autoban aus Istanbul ist eines der aufregendsten Designstudios weltweit und verschmilzt meisterhaft westliche Designtraditionen mit morgenländischer Eleganz.

Autoban gelten als eines der gesuchtesten Designstudios weltweit, sie entwerfen wunderschöne Möbel und spektakuläre Räume, die sich zwischen Traditionsbewusstsein und moderner Gradlinigkeit bewegen – und Autoban stammen nicht aus Berlin, London oder New York, sondern aus Istanbul.

Seit ihrer Gründung vor etwa zehn Jahren spannen Seyhan Özdemir und Sefer Çağlar mit Autoban gekonnt einen Bogen zwischen Orient und Okzident, Europa und Asien – ganz wie die Stadt, in der sie arbeiten und leben.

Istanbul dient seit jeher als Scharnier zwischen Ost und West, Islam und Christentum, Asien und Europa. Die Geschichte dieses einzigartigen Kulturraums prägt bis heute das Stadtbild der Metropole am Bosphorus und das Selbstverständnis ihrer Bewohner.

Seyhan und Sefer lernten sich an der Mimar Sinan Universität kennen, deren Architekturfakultät bekannt für eine Lehre ist, die sich stark an der klassischen Moderne orientiert. Ihr Name Autoban ist

dem türkischen „Otoban“ und dem deutschen „Autobahn“ entliehen und bedeutet so viel wie „so richtig Gas geben“.

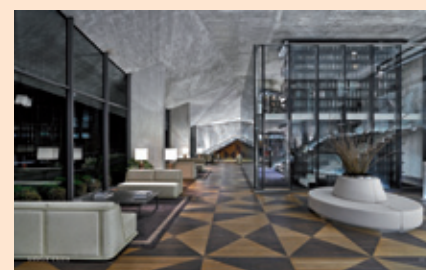
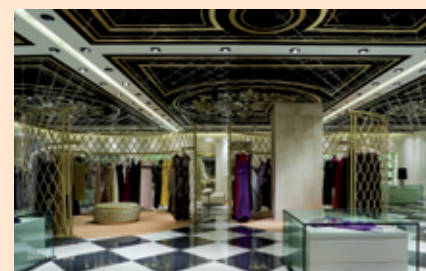
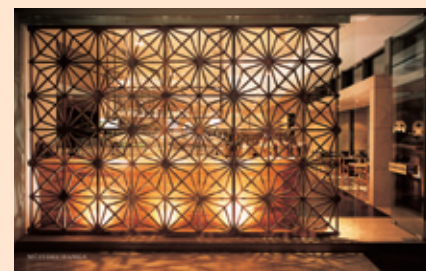
Autobans Anspruch an Design greift gleichermaßen auf lokale Elemente als auch europäische Gestaltungslehre zurück. Ihre Raumkonzepte und Möbeldesigns changieren zwischen modern und traditionell, minimalistisch und ausladend, luxuriös und rustikal, sparsam und dekorativ, ohne jemals oberflächlich oder plakativ zu wirken.

Das hat sich herumgesprochen, und so präsentiert das Buch eine Vielzahl atemberaubender Projekte, die mittels Fotografien, aber auch textlich und in Plänen dokumentiert werden.

Autobans individuelle und hochwertige Konzepte für Restaurants, Hotels, Apartments, Büros und Einzelhandel, die in diesem Band versammelt sind, transportieren ihr Lebensgefühl zwischen Weltbürgertum und kultureller Eigenheit.

Die Textbeiträge im Buch stammen von Vasif Kortun, dem Direktor des SALT und der Kuratorin und Kulturhistorikerin

Deniz Erduman-Calis sowie von den Designjournalistinnen Marie Le Fort und Shonquis Moreno. Sie beleuchten die Entstehung und Philosophie von Autoban sowie das kulturelle Spannungsfeld, in dem sich Autoban bewegt.



ÜBER AUTOBAN

SEYHAN ÖZDEMİR und SEFER ÇAĞLAR, kurz Autoban, sind binnen kurzer Zeit Stars der globalen Designszene geworden und repräsentieren international ein neues türkisches Designbewusstsein. Nach der Gründung ihrer Firma im Jahr 2003 wurden sie bereits im darauf folgenden Jahr vom Magazin *Wallpaper** zu den „Best Young Designers of the Year 2004“ gekürt. Ihre Möbel werden weltweit sehr erfolgreich über De La Espada vertrieben. Mit ihren Designs für Hotels und Restaurants prägen sie das Stadtbild vom modernen Istanbul.

Doch auch darüber hinaus sind ihre Arbeiten inzwischen in Metropolen von Madrid über Sankt Petersburg bis Hong Kong zu finden, so haben sie zum Beispiel das gesamte Interior Design des Flughafens von Baku in Aserbaidschan übernommen. Regelmäßig tauchen die von ihnen ausgestatteten und designten Hotels in den Best-of-Listen renommierter Zeitschriften wie *The Sunday Times*, *Condé Nast Traveller* und *Tatler Travel* auf.





TITEL

MUSTER MACHEN

Für Mode, Dekor
und Grafik

GRAFIKDESIGN

Von: Lotta Köhlhorn
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover,
inkl. CD-ROM, 160 Seiten, 21,5 x 28 cm,
Sprache: Deutsch
Preis: € 35 (D)
ISBN (D): 978-3-89955-514-1

ISBN (E): 978-3-89955-515-8



Erscheint: Januar

[SAMPLE COVER]

Von der Tapete bis zum Teeservice: In diesem praktischen Handbuch lehrt uns Lotta Köhlhorn das Mustermachen. Das Buch erklärt, wie, und die beiliegende CD liefert Vorlagen für eigene Entwürfe, egal ob für Anfänger oder Profis.

Von wem sollen wir das Entwerfen von zeitlos eleganten Mustern lernen, wenn nicht von einer Schwedin? Lotta Köhlhorn ist eine der führenden Musterdesignerinnen Skandinaviens. Vom Buchumschlag bis zum Kaffeeservice hat sie bereits alles Erdenkliche gestaltet, und ohne es zu wissen, sind die meisten von uns schon ihren Designs begegnet.

Inneneinrichtung, Mode und Dekor gelten längst als skandinavische Königsdisziplinen. So minimalistisch und funktional sich nordisches Möbeldesign gibt, so ausladend und farbenfroh sind die Muster, die sich auf Textilien, Keramik und Tapeten finden.

Im Sinne eines praktischen Handbuchs führt Lotta Köhlhorn mittels zahlreicher Fotografien und Anekdoten durch das Buch. Sie erläutert, wie sie selbst Muster erstellt, was sie inspiriert und warum die Ränder



genauso wichtig sind wie die Mitte. Mit gleicher Aufmerksamkeit werden gemäß eines How-to die geläufigsten Handgriffe erklärt sowie Farben, Formen und ihre Kombinationsmöglichkeiten beleuchtet.

Von den großen konzeptuellen Fragen bis zu den kleinen Details verfolgt dieses Buch alle Facetten des Mustermachens. Die Anwendungsgebiete reichen von Textil zu Papier und Produktdesign. *Muster machen* enthält hochwertige Sample-Seiten, die ein Gespür für Ornamentik und mathematisch basierte Formen vermitteln und bietet darüber hinaus zehn Projektanleitungen für erste eigene Designs. Die beiliegende CD liefert die Vorlagen dazu.

Das Buch erscheint in deutscher und englischer Sprache.

ÜBER LOTTA KÜHLHORN

LOTTA KÜHLHORN wurde 1963 geboren, und nur zehn Jahre später beschloss sie bereits, Illustratorin zu werden. Bevor sie ihre junge Leidenschaft jedoch zum Beruf machen konnte, studierte sie an der Stockholmer *Konstfack*. Heute entwirft die erfolgreiche Designerin Buchumschläge, Illustrationen für Magazine wie *Elle* und Muster für Kunden wie IKEA.





TITEL

BERLIN
WONDERLAND
Wild Years Revisited,
1990–1996

FOTOGRAFIE

Herausgeber: A. Fesel, C. Keller / bobsairport
Ausstattung: Duplexdruck mit Neonfarbe,
Hardcover, zweisprachig: Deutsch/Englisch
240 Seiten, 21 × 27,4 cm
Preis: € 29,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-528-8

NEU



Erscheint: Mai

SAMPLE COVER

Kurz nach der Wende blühte in Berlin-Mitte die Subkultur. Dieser Bildband lässt eine schon fast vergessene Zeit in einmaligen Bildern auferstehen und verdeutlicht, wie sehr sich die Stadt gewandelt hat.

Als 1989 die Mauer fällt, entdecken Künstler, Punks, Anarchos, Hausbesetzer, Visionäre und Spinner das ehemalige Niemandsland, die nun nahezu gesetzlose Zone inmitten Berlins.

Es entstanden Clubs, Bars, Technopartys, Galerien, Aufstände, Ausstellungen – das Tacheles und der Schokoladen. All dies wurde zum Magnet für junge Leute aus der ganzen Welt. Zwischen bröckelnden Altbaufassaden wurden Freiräume gelebt, entwickelte sich ungezügelter Kreativität und ein neues Lebensgefühl. So fern diese wilden Jahre wirken, so sehr spürt man doch, wie sie Berlin zu dem gemacht haben, was es heute ist. Denn Berlins Ruf als kreative Stadt gründet auf dem Mythos der aufrührerischen 1990er-Jahre.

In mehr als 200 Fotografien lässt *Berlin Wonderland* diese einmalige Zeit von Aufbruch, Widerstand und Neuordnung wieder aufleben. Mit einem Blick auf die heutige Mitte Berlins scheint es schier unglaublich, dass die Bilder vor gerade einmal 20 Jahren aufgenommen wurden, so radikal hat sich die Stadt gewandelt. Wo einst Ruinen standen und sich Schutberge türmten, flanieren nun Scharen von Touristen durch die Straßen.



25 Jahre nach dem Mauerfall ist es an der Zeit, das Berliner Wunderland wieder ins Gedächtnis zu rufen und seine Geschichte in Bildern zu erzählen, die kaum jemand gesehen hat. In Interviews und Zitaten kommen Protagonisten jener Zeit zu Wort und lassen die Subkultur der Berliner Mitte wieder lebendig werden.



ÜBER DIE HERAUSGEBER

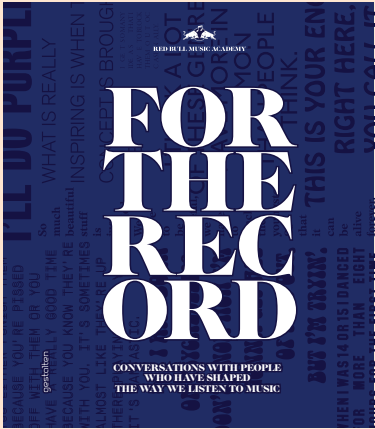
CHRIS KELLER lebt seit 1990 als Musiker und Fotograf in Berlin. Er ist Gründungsmitglied der Elektronauten und hat in diversen Projekten wie Tacheles, IM Eimer, Synlabor und Schokoladen gelebt und gearbeitet. Heute ist er mit den Musikprojekten Resident Kafka und Elektronauten aktiv und veranstaltet die Reihe Oddlab im Club der polnischen Versager.

ANKE FESEL lebt ebenfalls seit 1990 in Berlin. Sie war als Veranstalterin – unter anderem der Konzertreihe für Neue Musik Laut + Luise – in diversen Projekten wie

Tacheles, IM Eimer und Schokoladen tätig. Sie begann ihre Arbeit als Gestalterin bei der Stadtzeitung *scheinschlag* und betreibt heute das Grafikbüro capa.

Gemeinsam gründeten die beiden 2007 die Fotoagentur **BOBSAIRPORT** und vertreten mehr als 80 Fotografen, von denen die meisten aus Berlin kommen.





TITEL

FOR THE RECORD

Conversations with People Who Have Shaped the Way We Listen to Music

NEU

bereits erschienen

STYLE

Von: Red Bull Music Academy
Herausgeber: Many Ameri, Torsten Schmidt
Mitherausgeber: Todd Burns, Heiko Zwirner
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover,
400 Seiten, 24 x 28 cm
Preis: € 29,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-507-3



Zum 15-jährigen Jubiläum der Red Bull Music Academy tauschen die Ikonen der Musikwelt ihre Ansichten und Erfolgsstrategien aus.

Die Zukunft der Musik entsteht dort, wo die Red Bull Music Academy die führenden Köpfe der Musikwelt zusammenbringt. Mit *For the Record* haben die Macher dieser Institution nun einen spektakulären Interview-Band zusammengestellt, der die wesentlichen Fragen des Musikmachens aus Sicht der Taktgeber beleuchtet und einen Ausblick auf die Zukunft der Musikproduktion gibt.

For the Record enthält Gespräche zwischen Koryphäen wie Nile Rodgers und Martyn Ware – die Väter wegweisender Disco- und Pop-Tunes für Größen wie Chic, The Human League, Madonna, Daft Punk und David Bowie geben ihre Charthit-Strategien preis. Erykah Badu, tragende Stimme des Neo-Souls, teilt Karriereratschläge und psychedelische Weisheiten mit dem aufstrebenden New Yorker Rap-Duo The Underachievers. DJ Harvey und Ben UFO, Vertreter aus zwei verschiedenen DJ-Generationen, sprechen über die guten alten Zeiten, die Gegenwart und die unbestimmte Zukunft ihres Berufs. Nicht zuletzt trifft der jamaikanische Visionär Lee „Scratch“ Perry auf den britischen Dub-Produzenten Adrian Sherwood und gibt Einblicke in seine sehr spezielle Sicht der Welt.

Auf ähnliche Weise behandelt *For the Record* Themen wie Live Performance, Instruments/Interfaces, Conceptualism, Drumming, Rhythm und viele mehr. In Verbindung mit dem zeitlosen Layout von Chris Rehbergers Agentur Double Standards ist eine kenntnisreiche und inspirierende Publikation zum Status Quo der Musikindustrie entstanden.

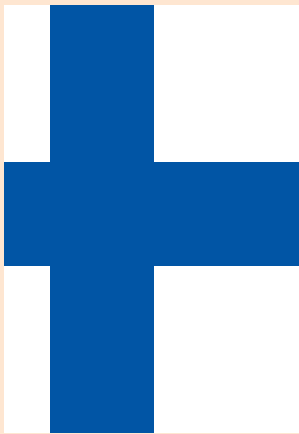


ALLE GESPRÄCHE:
João Barbosa x Kalaf Ângelo x
Mulatu Astatke
Bernard Purdie x Jaki Liebezeit
Martyn Ware x Nile Rodgers
Kerri Chandler x Patrick Adams
Gareth Jones x Metro Area
Carsten Nicolai x Olaf Bender x
Uwe Schmidt
Benny Ill x Moritz von Oswald
Adrian Sherwood x Lee „Scratch“ Perry
Matias Aguayo x Sly & Robbie
Ben UFO x DJ Harvey
Cosey Fanni Tutti x Nik Void
Modeselektor x Mykki Blanco
Erykah Badu x The Underachievers
Just Blaze x Paul Riser
Robert Henke x Tom Oberheim

ÜBER RED BULL MUSIC ACADEMY

Die RED BULL MUSIC ACADEMY steht für eine Reihe von weltweit stattfindenden Musikworkshops und Festivals und bietet eine Plattform für all jene, die die Musiklandschaft von heute prägen. Was 1998 begann, hat schon bald die Welt umrundet: von Berlin nach Kapstadt, São Paulo, Barcelona, London, Toronto, New York und darüber hinaus. Wer sich einen Ort vorstellen kann, der zu gleichen Teilen aus wissenschaftlichem Labor, babylonischem Garten und Kraftwerks Heimstudio besteht, ist schon ganz nah dran.





TITEL

OUT OF THE BLUE

On Finnish Design

PRODUKTDISEIGN

Von: Nokia Design
Herausgeber: M. Ahtisaari
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover,
416 Seiten, 20 × 29 cm
Preis: € 29,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-457-1



Erscheint: März

SAMPLE COVER

Ein stimmungsvoller und lehrreicher Überblick über Geschichte und Gegenwart des finnischen Designs, das von den Kontrasten zwischen Natur und Hightech, von Handwerk, Tradition und einer gewissen Unberechenbarkeit lebt.

Marimekko, Iittala, Artek – jeder kennt diese klassischen Designmarken. Doch überraschend viele wissen nicht, dass sie aus Finnland stammen, denn anders als ihre skandinavischen Nachbarn kommunizieren die Finnen ihre eigenen Errungenschaften nicht sonderlich effektiv oder selbstbewusst. Dabei sind finnische Firmen wie Nokia, Fiskars und Produkte wie Angry Birds weltbekannt und die Freiräume für junges Unternehmertum in diesem Land beispiellos.

Das raue nordische Klima hat die Finnen schon immer zu außergewöhnlichen Lösungen herausgefordert und ihre Handwerkskultur geprägt. Bekanntermaßen gehört Finnland zu den Ländern mit dem weltweit höchsten Bildungsniveau. Die finnischen Schüler haben in Mathematik und Naturwissenschaften seit geraumer Zeit die vorderen Ränge im PISA-Vergleich abonniert, und der Gemeinschaftssinn des skandinavischen Volkes ist sprichwörtlich, denkt man nur an den Stellenwert von gemeinsamen Saunagängen und anderen kollektiven Ritualen.

Trotzdem oder gerade deshalb bringen die Finnen die bemerkenswertesten Wettbewerbe und kulturellen Errungenschaften hervor, darunter Ehefrauen-Huckepack-Rennen, Luftgitarren- und Handy-Weitwurf-Meisterschaften. Aus Finnland stammen Top-Fuel-Dragster-fahrende Großmütter, Weltklasse-Snowboarder und natürlich serieneise Rallieweltmeister.

Dem finnischen Volk kann man nahezu alles zutrauen, denn in Finnland trifft Vorbildlichkeit auf Verrücktheit und Erfindergeist. Finnen machen das, was man ihnen nicht zutraut. Genau dies ist der Nährboden für finnisches Design und Unternehmerrkultur, denn in keinem zweiten Land



wird dem Individuum gleichzeitig so viel Narrenfreiheit und Rückhalt geboten.

Out of the Blue ist ein Designbuch von Nokia, das über Alvar Aalto, Artek und Marimekko hinaus zeitgenössisches finnisches Design vorstellt und im Kontext eines nationalen Selbstverständnisses verortet. Herausgegeben von Nokias langjährigem Designchef Marko Ahtisaari beleuchtet dieses Buch die Entwicklung der finnischen Design- und Produktkultur und verdeutlicht, warum Nokia die urtypischen Eigenschaften von Erfindergeist, Gemeinschaftsinn, Freiheitsliebe und permanentem Wandel widerspiegelt.



ÜBER DEN HERAUSGEBER

MARKO AHTISAARI (geb. 1969) ist der Sohn des ehemaligen finnischen Präsidenten und Nobelpreisträgers Martti Ahtisaari. Er ist Unternehmer im Technologiebereich, Musiker und arbeitete zwischen 2002 und 2013 in verschiedenen Positionen bei Nokia, zuletzt als Designchef und Vorstandsmitglied des Unternehmens. Weiterhin ist Ahtisaari im Aufsichtsrat von Artek tätig.

Marko Ahtisaari kennt Finnland und ist in der internationalen Designszene besonders vernetzt. Deshalb kann er wie kaum ein anderer herausarbeiten, wie sich die

finnische Designkultur von anderen Ländern unterscheidet und worin ihr besonderes Potenzial in der heutigen Zeit besteht.





TITEL

THE WEATHER DIARIES
The Nordic Fashion Biennale

STYLE

Von: Cooper & Gorfer
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, Prägung,
3 Lesebänder; Sprache: Englisch mit ausgewählten
Zitaten in den jeweiligen Originalsprachen
184 Seiten, 24,5 × 31,6 cm
Preis: € 39,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-522-6

NEU



Erscheint: März

SAMPLE COVER

Europas aufregendste und wegweisendste Modegestalter kommen aus dem hohen Norden, sind international bestens vernetzt und kommerziell außergewöhnlich erfolgreich.

In Sachen Modedesign sind die nordischen Länder schon lange keine Terra incognita mehr. Marken aus Skandinavien sind weltbekannt, und Designer wie Henrik Vibskov sorgen bereits seit einigen Jahren international für Furore. Aber was ist es, das nordisches Design so beispiellos macht? In welchem Zusammenhang stehen Herkunft der jungen Designer und ihr einzigartiger Sinn für Stil und Ästhetik? Mit *The Weather Diaries* unternimmt das Künstlerinnen-Duo Cooper & Gorfer nun eine Reise zu den Wurzeln nordischer Mode- und Designtraditionen.

Sarah Cooper und Nina Gorfer verfolgen eine ungewöhnliche Herangehensweise. Die Kuratorinnen der 3. Nordic Fashion Biennale präsentieren die Entwürfe junger und etablierter Designer aus dem hohen Norden in einem anmutigen Fotobuch, für das sie Island, die Färöer-Inseln und Grönland bereist haben. Sie inszenieren die Mode vor dramatischen Naturkulissen und umweben ihre visuelle Erzählung mit einer dunklen Romantik. Die Anleihen aus der Malerei des 18. und 19. Jahrhunderts sind bezeichnend für das Duo. Ihre Bilder entziehen sich dennoch einer medialen Einordnung, sie sind Vermittler zwischen Mode, Fotografie und Malerei – nie schlicht dokumentarisch, sondern immer interpretierend, erzählend und unverwechselbar.

In einem intensiven Interview- und Rechercheprozess legen Sarah Cooper und Nina Gorfer darüber hinaus offen, wie die jungen, aber auch etablierten Designer aus dem hohen Norden arbeiten, was sie inspiriert und welche identitätsstiftende Rolle ihre Herkunft dabei hat. Ergänzt wird der Band durch verschiedene Textbeiträge, die nordisches Modedesign unter den Gesichtspunkten von Nachhaltigkeit, Identität und kulturellem Erbe betrachten,



sowie durch einsichtsvolle Interviews und einen Blick hinter die Entstehung von *The Weather Diaries*.

Präsentiert werden die ModedesignerInnen Mundi, Shoplifter, Jör By Guðmundur Jörundsson, Steinnun, Barbara í Gongini, Gudrun & Gudrun, Bibi Chemnitz, Nikolai Kristensen und Najannguaq David- sen Lennert, die Schmuckdesignerin Kria sowie die Künstlerinnen Jessie Kleeman und Rammatik.



ÜBER COOPER & GORFER

SARAH COOPER (USA, 1974) und NINA GORFER (Österreich, 1979) leben und arbeiten in Göteborg. Seit 2006 agieren sie als Künstlerinnen-Duo unter dem Namen Cooper & Gorfer und sind bekannt für ihre außergewöhnlichen fotografischen Erzählungen, darunter insbesondere ihre SEEK Volumes *In a House of Snow* und *My Quiet of Gold*.

Die Künstlerinnen wurden vom Nordic House Island beauftragt, die Nordic Fashion Biennale 2014 sowohl zu kuratieren als auch künstlerisch zu präsentieren. Auf

einer fotografischen Reise durch Island, die Färöer-Inseln und Grönland haben Cooper & Gorfer die Entwürfe ausgewählter ModedesignerInnen inszeniert und in eine visuelle Erzählung eingebunden – mit starkem Bezug zur Malerei des 18. und 19. Jahrhunderts und inspiriert von den unerbittlichen nordischen Wetterbedingungen.





TITEL

SOMETIMES HAPPINESS

The Architecture of
Isay Weinfeld

ARCHITEKTUR

Von: Isay Weinfeld
Ausstattung: Vollfarbig, Leinen-Hardcover im
Schuber, 272 Seiten, 27,7 × 37,5 cm
Preis: € 98 (D)
ISBN: 978-3-89955-492-2



Erscheint: März, bereits angekündigt



[SAMPLE COVER]

Isay Weinfeld verbindet wie kein zweiter Architekt die Ideen der klassischen Moderne mit denen der visionär brasilianischen Architektur zu einzigartigen Bauten von berückender Schönheit und zeitloser Eleganz.

Isay Weinfeld ist einer der gefragtesten Architekten der Gegenwart. Wie kein anderer hat er es geschafft, einen warmen, eleganten und modernen Architekturstil brasilianischer Prägung zu entwickeln. Sein Stil vereint mühelos Gegensätze – tropisch mit modern, spielerisch mit reduziert, minimalistisch mit raffiniert, elitär mit demokratisch. So ist es kein Wunder, dass er zu den gesuchtesten Architekten gehört und Kunden in aller Welt sich von ihm Hotels, Privathäuser, stilvolle Läden und kommerzielle Gebäude entwerfen lassen wollen.

Darstellungen der Bauten von Isay Weinfeld finden sich in einer Vielzahl unserer Bücher. Zu seinen bekanntesten gehören das Hotel Fasano und das 360-Grad-Gebäude in São Paulo, das Square Nine Hotel in Belgrad und das Fasano Las Piedras in Uruguay, das auf dem Umschlag von *Once in a Lifetime* abgebildet ist. Weinfeld arbeitet jetzt für die Fürstenfamilie von Monaco an einem Wohnhaus.

In dem großformatigen Buch *Sometimes Happiness* sind seine wichtigsten Bauten exemplarisch vorgestellt. Diese werden durch persönliche Zusammenstellungen von Objekten von Isay Weinfeld – sogenannten

„Table Scapes“ – ergänzt. Projektbeschreibungen, Anekdoten und fiktive Geschichten vom Architekten selbst sowie befreundeten Künstlern, Schriftstellern und Kameramännern gewähren Einblick in seine Arbeit.

Was Isay Weinfeld so herausragend macht, ist, dass er nicht nur die äußere Hülle eines Gebäudes entwirft, sondern das Gebäude in seiner Gesamtheit. Während andere – auch berühmte – Architekten gerne die Innenausstattung den Ausführungsplanern überlassen, plant Isay Weinfeld seine Gebäude bis ins letzte Detail. Er entwirft sogar Möbel selbst oder recherchiert und sucht passende Einrichtungsdetails weltweit. Außerdem ist

bei seinen Gebäuden der Übergang zwischen dem Draußen und Drinnen besonders inszeniert. Er versteht es wie kaum ein anderer, das Betreten seiner Gebäude selbst zum Erlebnis zu machen.

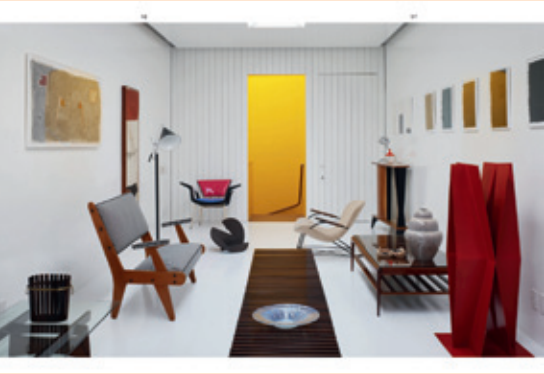
Das erzählerische Element, die Inszenierung, ist für den Weltbürger Isay Weinfeld besonders wichtig, bezieht er doch die Inspiration für seine Arbeit ebenso aus Filmen von zum Beispiel Stanley Kubrick und Ingmar Bergman wie auch aus Musik von Radiohead und Jay-Z wie aus bildender Kunst und Architektur.

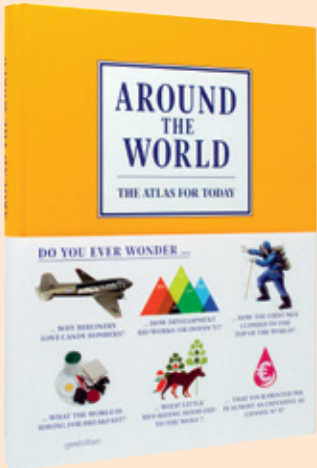


ÜBER ISAY WEINFELD

Brasiliens kreative Identität wurde maßgeblich von der wegweisenden Architektur des in São Paulo geborenen und aufgewachsenen **ISAY WEINFELD** geprägt. In den letzten 40 Jahren hat er eine eindrucksvolle Anzahl an Bauwerken, darunter Hotels, Wohnhäuser, Buchhandlungen und Bars, entworfen – sowohl für sein Heimatland als auch das Ausland. Seine einzigartigen Interpretationen einer tropischen Moderne haben ihm nicht nur ein treues, internationales Klientel eingebracht, sondern auch begehrte Auszeichnungen.

Zusätzlich zu seiner Arbeit unterrichtet Weinfeld Architekturtheorie an São Paulo angesehenen Fakultät für Architektur und Städtebau an der Universidade Presbiteriana Mackenzie, wo er 1975 seinen Abschluss gemacht hat und nun eine Professur innehat.





TITEL

AROUND THE WORLD

The Atlas for Today

STYLE

Herausgeber: A. Losowsky,
S. Ehmann, R. Klanten
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover,
272 Seiten, 24,5×33cm
Preis: € 39,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-497-7



ÜBER DEN MITHERAUSGEBER

ANDREW LOSOWSKY arbeitet als Autor (unter anderem schrieb er die Texte für *Fully Booked: Ink on Paper*), Redakteur (*Huffington Post*), mehrfach ausgezeichnete Journalist (*Time*, *Monocle*, BBC World Service, *El Pais* etc.) und Vortragsredner. Nach Stippvisiten in London, Barcelona, Madrid und Hong Kong ist der gebürtige Brite mittlerweile in New York City angekommen, wo er neben seinen redaktionellen Tätigkeiten aktuell an einem Theaterstück schreibt.

Ein moderner Atlas über die Welt, in der wir leben, anschaulich gemacht und verständlich beschrieben. Kein Buch für Grafiker, sondern für alle, die neugierig sind.

Einmal um die Welt in 272 Seiten: Jeder von uns erinnert sich an seinen Schulatlas – mit *Around the World* steht nun ein aktueller Nachfolger für das Informationszeitalter bereit.

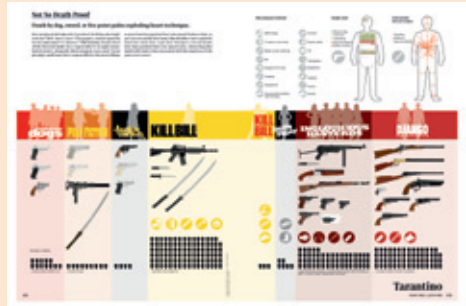
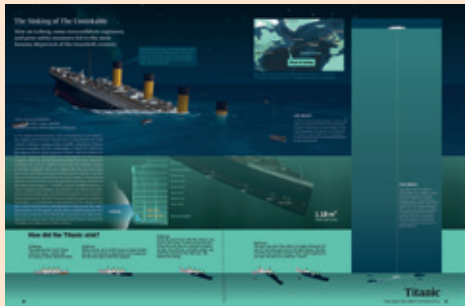
Mit Fokus auf natürliche und menschgemachte Phänomene zeigt dieses Buch in anschaulichen Infografiken, wie diese unser Leben beeinflussen. Während sich der beliebte Sachbildband *Deutschland verstehen* mit den besonderen Eigenheiten der Deutschen beschäftigte, entführt uns *Around the World* auf eine unterhaltsame Weltreise, die uns den Erdball nicht nur geografisch näherbringt, sondern auch persönlich-private, aber globale Aspekte des Lebens im 21. Jahrhundert intuitiv erfahrbar macht.

Neben klassischen Fakten zur Natur, Geschichte, Bevölkerung, Kultur oder Politik unseres Planeten finden Interessierte hier ansprechend aufbereitete Grafiken zu komplexeren oder speziellen Aspekten, die unsere Erde – und ihre Bewohner – nachhaltig prägen. Wie funktioniert Handel? Wo und wie leben die meisten Menschen? Wie hat sich unsere Reisegeschwindigkeit verändert?

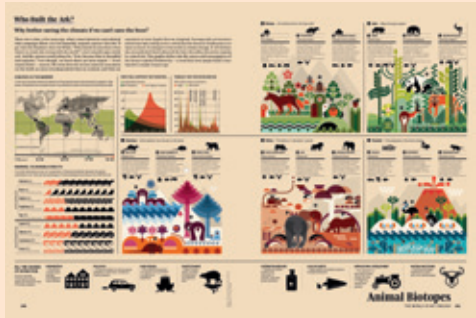
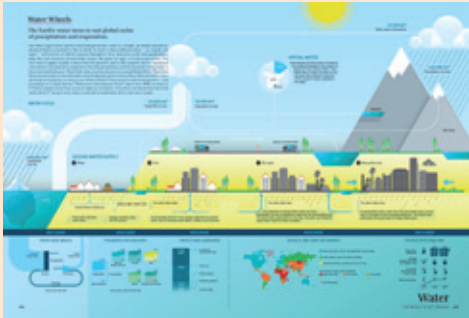
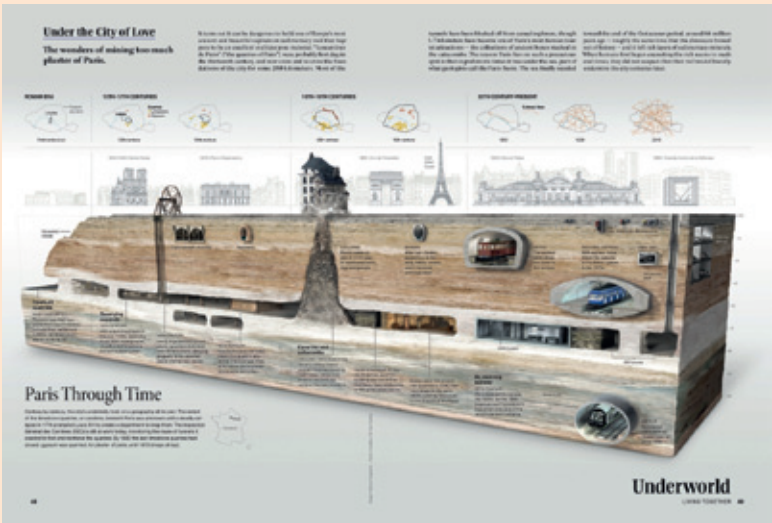
So wechseln sich allgemeinere Themen wie Familie, Sprachen, Lebenserwartung, Katastrophen, Essgewohnheiten, Wirtschaft, Wohlstandsgefälle oder religiöse Eigenheiten mit spitzeren Schwerpunkten

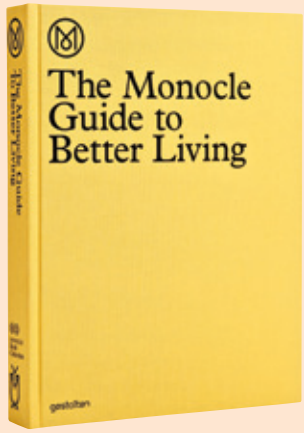
zu Hobbys, Kaffeekonsum, Überfischung, Fußball oder Internetanbietern ab. Und natürlich untersucht *Around the World* auch historisch-ikonische Zäsuren wie den 11. September, die Olympischen Spiele, die Fukushima-Katastrophe in Japan oder den Untergang der Titanic, welche im kollektiven Gedächtnis der Menschen tiefe Spuren hinterlassen haben.

Ohne Anspruch auf Vollständigkeit, aber immer unterhaltsam aufbereitet, liefern die versammelten Illustrationen und Infografiken aus aller Welt ein wahres Füllhorn an Informationen, um lokale Eigenheiten von globaler Relevanz herauszustreichen, die uns Erdenbürgern unsere kleinen Unterschiede – aber auch die großen, erstaunlichen Gemeinsamkeiten – klar vor Augen führen.



Stets sachlich und spannend präsentiert *Around the World* so anschaulich und vor allem informativ unseren menschengemachten Status Quo auf Makro- und Mikroebene – ein ansprechendes Buch für jedermann, der neugierig ist und es auch bleiben will.





TITEL

THE MONOCLE GUIDE
TO BETTER LIVING

STYLE

Von: Monocle
Ausstattung: Vollfarbig, Leinen-Hardcover,
408 Seiten, 20 x 26,5 cm
Preis: € 45 (D)
ISBN: 978-3-89955-490-8



ÜBER MONOCLE

TYLER BRÛLÉ vereint als ehemaliger Kriegsberichterstat-ter, *Wallpaper*®-Erfinder und *Financial Times*-Kolumnist die besten Voraussetzungen für eine vielschichtige und kritische Auseinandersetzung mit dem globalen Gesellschaftsgeschehen. Das in London beheimatete und weltweit gefei-erte MONOCLE-Magazin wagt seit 2007 den kosmopoliten Schulterschluss von intel-ligenter Popkultur, Politik und Postmate-rialismus und setzt damit den gängigen Anschauungen sehr erfolgreich die eigenen Vorstellungen von Design und Stil entgegen.

Was die *Vogue* für Mode darstellt, das ist das *Monocle*-Magazin für Stil. Dieses Buch ist keine Wiederverwertung bereits erschienener Artikel, sondern ein echtes, eigenständiges Monocle-Handbuch für ein erfülltes Leben.

Monocle zählt zu den erfolgreichsten Maga-zinkonzepten der letzten Jahre. Ausgestattet mit untrüglichem ästhetischen Empfinden und journalistischer Beharrlichkeit hat das Team um *Wallpaper*®-Gründer Tyler Brülé ein gleichermaßen klassisches wie inspi-rierendes, intelligentes Magazin für seine anspruchsvolle und globale, aber nicht glo-balisierte Leserschaft entwickelt. Für *The Monocle Guide to Better Living* hat die Redak-tion nun weltweit die besten Thesen und Themen recherchiert und präsentiert so zum ersten Mal eine informative, unter-haltssame und eigenständige Zusammen-stellung von Empfehlungen in Buchform.

Die Kapitel des Buches beschäftigen sich mit unseren zentralen Lebensbelangen: Kul-tur, Reisen, Essen und Trinken, Arbeiten. Welche Städte sind besonders lebens- und liebenswert? Wie findet man die richtige

Schule oder Uni für seine Kinder – und woran erkennt man eine gute Wohngegend? Konkrete Ratschläge zu Kunst, Kultur, Büchern und anderen Dingen, die unser Leben bereichern, begleiten Reportagen und Essays und stellen im gewohnt char-manten *Monocle*-Ton – und in der gewohn-ten journalistischen Qualität – wichtige, durchaus kritische Fragen: Welche Pro-dukte sind sinnvoll und sinnlich? Welcher Wandel wird unser Leben prägen? Wie können wir die aktuellen Entwicklungen in gesunde Bahnen lenken? Wie lässt sich ein kritischer und verantwortungsbewusster Konsum mit Luxus und Lebensqualität verbinden?

Mit einer Mischung aus anspruchsvol-lem, aber nie abgehobenem intelligenten Lifestyle, der auch jenseits des nächsten Trends Bestand hat, avanciert *The Monocle*

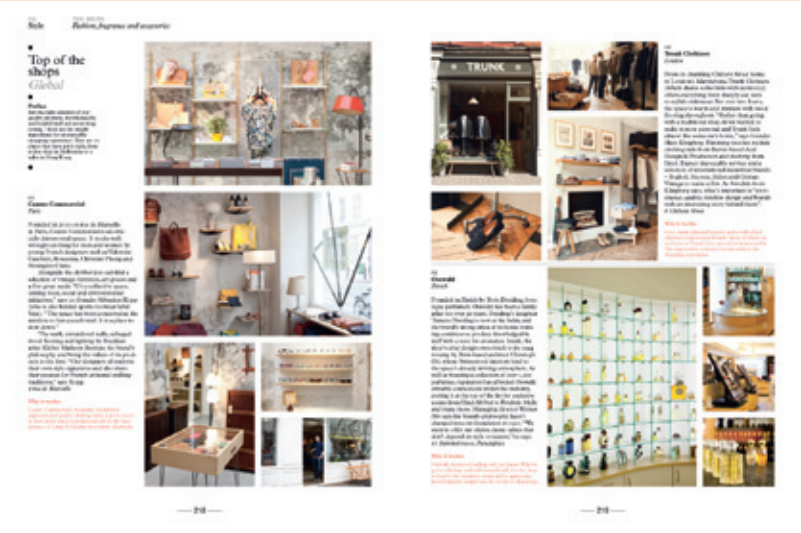
Guide to Better Living zum unverzichtbaren Handbuch für ein zeitgemäßes Lebensge-fühl. Und bringt dabei all das auf den Punkt, was bereits das Magazin groß gemacht hat: subtiler Stil und journalistische Substanz.

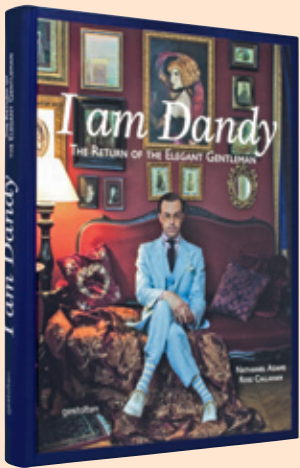
[1] „Stilinstanz Tyler Brülé hat mit seinem Team einen Führer für Weltbürger verfasst.“
DIE WELT AM SONNTAG

[1] „Das englischsprachige Magazin MONOCLE hat rund um den Globus Fans. Jetzt haben die Blattmacher ihre Ideen zu Stilgefühl und Lebensfreude in ein Buch gepackt.“ DPA

[1] „Tyler Brülé weiß Rat in allen Lebenslagen – noch dazu mit Stilsicherheitsgarantie.“
SCHAUFENSTER

[1] „Lebenshilfe für den Kosmopoliten von heute.“
ZEITMAGAZIN





TITEL

I AM DANDY

The Return of the Elegant Gentleman

STYLE

Herausgeber: S. Ehmann
Fotografien: R. Callahan; Texte: N. Adams
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover,
288 Seiten, 22,5 × 29 cm
Preis: € 39,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-484-7



Der Dandy ist wieder da! Vorbei die Zeiten modischer Beliebigkeit, lässiger Sportswear und gelackter Metrosexuals: Jetzt entdecken wahre Männer das Dandytum für sich – und leben es zeitgemäß aus.

Auch heute noch wird das männliche Interesse an den schönen Dingen des Lebens – gerade in Sachen Mode – zumeist mit Misstrauen beäugt: Eitelkeit ist grundsätzlich verpönt, und die aufwendige Pflege der äußeren Erscheinung gilt als oberflächlich und unmännlich.

Glücklicherweise entzieht sich eine kleine, feine Bewegung seit mehr als 200 Jahren hartnäckig diesem Diktat – und lebt ihre Liebe zu erstklassiger Bekleidung und zu Accessoires mit viel Hingabe und Verve öffentlich und im privaten Refugium aus.

Fotografin Rose Callahan und Autor Nathaniel „Natty“ Adams beschäftigen sich seit Jahren mit diesem faszinierenden Phänomen und besuchen die neuen Dandys daheim, um ihr formvollendetes Leben in Wort und Bild festzuhalten. Gepflegt bis in die Bartspitze, mit perfekt gefaltetem Einstecktuch und butterweichen Kalbslederhandschuhen, lassen ihre Protagonisten im Dreiteiler den Charme vergangener Zeiten aufleben und zeigen nebenbei, dass gepflegter Müßiggang ausgesprochen harte Arbeit sein kann.

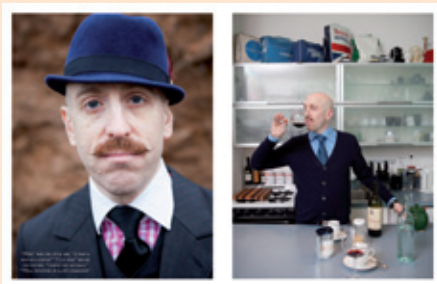
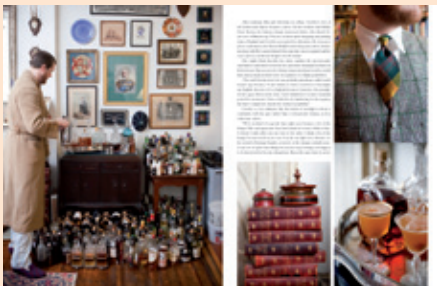
Das smarte Dandyporträtsduo nähert sich diesem Thema – und seinen Protagonisten – mit wachem Auge und sensibler Sympathie, um die feinen Nuancen der verschiedenen Stile, Attitüden und Philosophien der aktuellen Dandyszene in liebevollen Einzelporträts herauszuarbeiten.

[1] „Der Bildband zeigt Exzentriker in ihren privaten Refugien ... schräg, schick und höchst amüsant.“ EMOTION



ÜBER ROSE CALLAHAN

ROSE CALLAHAN ist Fotografin und Filmemacherin; sie lebt und arbeitet in Brooklyn, New York. Ursprünglich aus San Francisco, Kalifornien, hat Rose sich 1999 im New Yorker Stadtteil Williamsburg niedergelassen, um der Fotografie nachzugehen. 2008 startete sie The Dandy Portraits: The Lives of Exquisite Gentlemen Today als persönliches Liebhaberprojekt, um die erstaunlich facettenreichen Variationen maskuliner Eleganz einzufangen.



ÜBER NATHANIEL „NATTY“ ADAMS

NATHANIEL „NATTY“ ADAMS ist ein New Yorker Autor und der Leiter des Against Nature Menswear Ateliers. In seinem Vordiplom an der NYU befasste er sich mit dem Dandy des 20. Jahrhunderts, und als Student der Graduiertenschule für Journalismus an der Columbia University schrieb er an einer Buchidee zur Historie des Dandytums, wofür er das angesehene Lynton Stipendium erhielt. Mit dem Preisgeld trat er eine Reise durch Amerika, Europa und Afrika an, um die bestgekleidetsten Männer der Welt zu interviewen.





TITEL

THE RIDE

New Custom Motorcycles and their Builders

STYLE

Herausgeber: C. Hunter, R. Klanten
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover,
320 Seiten, 30 x 27 cm
Preis: € 49,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-491-5



ÜBER DEN MITHERAUSGEBER

Mitherausgeber des Buches ist der Journalist und Custom-Motorcycle-Experte **CHRIS HUNTER**, der mit seinem Projekt Bike EXIF wie kaum ein anderer dafür gesorgt hat, die weltweite Szene zu vernetzen, ihr eine Plattform und ein Sprachrohr zu geben.

Das Motorrad ist zurück! So wie sich vor einigen Jahren eine junge Szene rund um das Fahrrad gebildet hat, erlebt das Motorrad zurzeit seine kreative Neugeburt. Eine junge Subkultur weltweit entdeckt das Motorrad als Ausdruck von Persönlichkeit und Kreativität.

Hier geht es um Motorradfahren wie Motorradfahren gemeint ist, als archaisches Fortbewegungsmittel und Lebensgefühl, als Erweiterung des eigenen Körpers, als Ausdruck von Persönlichkeit und Freiheit, aber auch als große Herausforderung an technischen, handwerklichen Sachverstand, physikalische Kenntnisse, an Disziplin, Kreativität und fahrerisches Geschick.

Junge Kreative kaufen sich heutzutage für wenig Geld abgehalfterte Maschinen auf eBay, entfernen alles bis auf Motor und Rahmen und fangen dann an, die Maschine nach ihren Vorstellungen wieder aufzubauen. Dabei gehen die jungen Mechaniker ebenso radikal und subversiv kreativ wie kenntnisreich und traditionsbewusst vor. Aus einem sturzlangweiligen japanischen Plastikmotorrad der 90er wird so ein rattenscharfer Cafe Racer italienischer Prägung, aus einer seelenlosen neobarocken Langweilermaschine ein rotziger Scrambler, aus Opas Scheunenfund wird ein brettharter, absolut komfortfreier Hardtail mit betörendem Klang.

Kleine lokale „Custom-Motorcycles“-Werkstätten auf der ganzen Welt entwickeln sich mittlerweile zu Betrieben mit

globaler Strahlkraft, die wiederum andere Schrauber inspirieren. Pioniere wie Walt Siegl, Wrenchmonkees, DP Customs, Cole Foster, Deus, Shinya Kimura, Ian Barry, Uwe Ehinger und ihre durchaus unterschiedlichen Anschauungen, wie ein Motorrad sein sollte, werden in *The Ride* ausführlich vorgestellt. Porträts von Fotografen wie Kristina Fender und Sam Christmas ergeben zusammen mit den Textbeiträgen von Mitherausgeber Chris Hunter, führendem Vintage-Motorradexperten Paul d'Orléans und Motorradjournalisten David Edwards und Gary Inman einen umfangreichen Einblick in die zeitgenössische Szene.

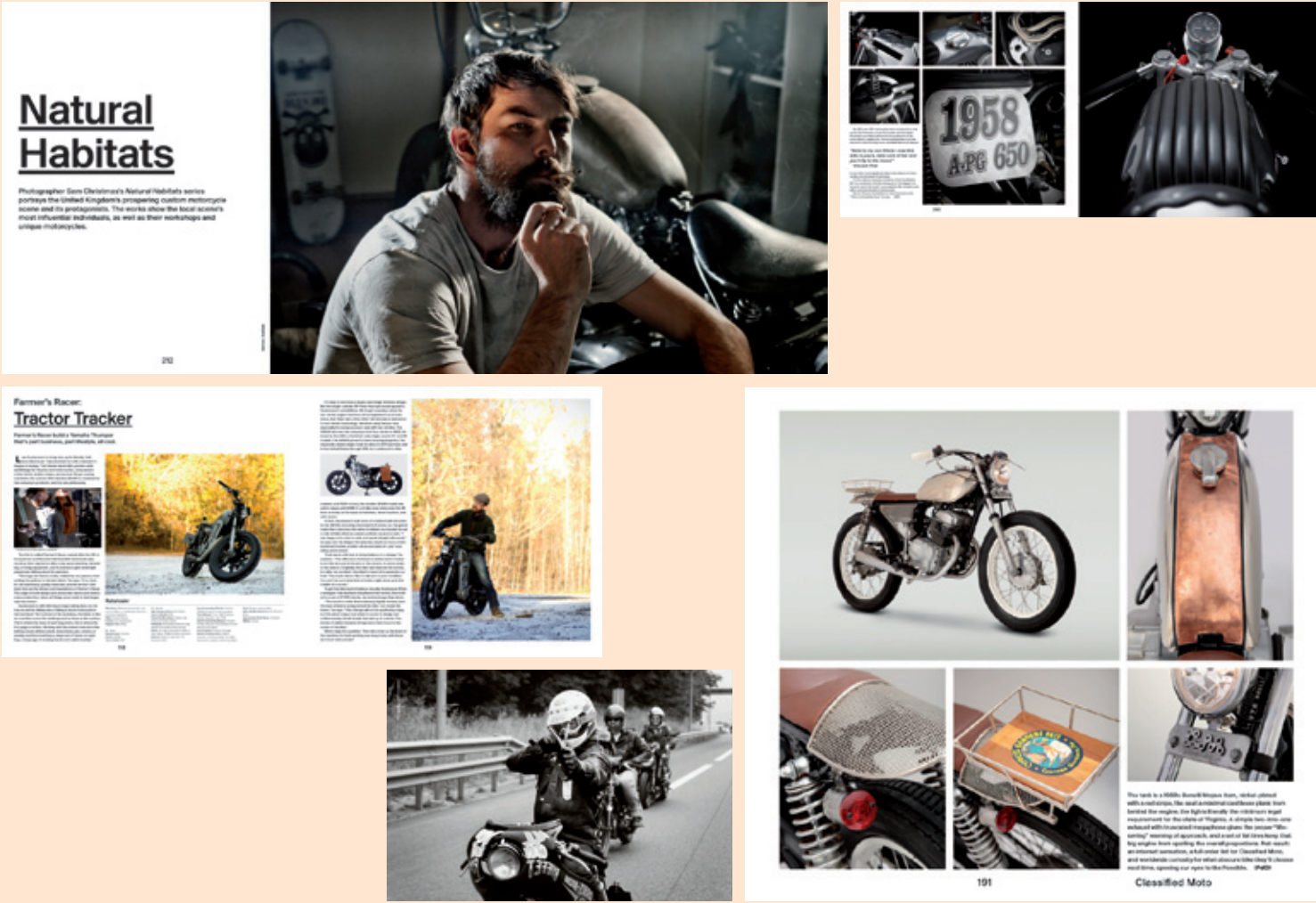
„Ein dicker Wälzer, der zum Standardwerk für die internationale Custombike-Szene werden könnte.“ MO

„Bildgewaltig und mit viel Fachwissen wendet sich das Buch an all jene, die die heilige Trinität des Motorradfahrens ehren: Motor, Rahmen und Räder.“ WWW.ROCKANDROAD.DE

„Ohne Übertreibung kann man sagen, dass dieses Buch schon jetzt ein Meilenstein für diese immer größer werdende Subkultur darstellt.“ HELDTH

„THE RIDE ... ist also ein bildgewaltiger Band geworden, der ... sorgfältig aufgebaute Träume auf zwei Rädern in all ihren wundervollen Details zeigt. Das Buch ist eine buchstäbliche Ikonografie einer beschleunigten Bewegung.“ BERLINER ZEITUNG

„THE RIDE ist nicht nur ein Motorradbuch, es ist ein Buch über Design, über handwerkliches Können und über Individualität. Und nicht zuletzt über ganz viel Spaß.“ TOURENFAHRER





DEUTSCHLAND VERSTEHEN

Ein Lese-, Lern- und Anschaubuch

STYLE, GRAFIKDESIGN

Herausgeber: R. Grauel, J. Schwochow,
R. Klanten
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover,
240 Seiten, 24,5 × 33 cm
Preis: € 29,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-445-8



Kurzweilige Bildungsreise durch unser Land – in Daten, Schaubildern und Infografiken. Infotainment auf höchstem Niveau. DAS Wimmelbuch für Erwachsene.

Deutschland verstehen ist das Buch für jeden, der wissen will, wer die Deutschen sind und wie sie ticken – ein unterhaltsames Datenfeuilleton unserer Gesellschaft, Wirtschaft und Kultur.

Deutschland verstehen bietet eine kurzweilige Bildungsreise durch unser Land in acht Kapiteln: Was wir lieben, Wovor wir uns fürchten, Woher wir kommen, Was wir gut können, Wir und die Macht, Wir und das Geld, Wir und wir, Wir und die anderen.

Die im Buch versammelten Schaubilder zeigen unter anderem Kanzleramt, Reichstag und Gorch Fock von innen und erzählen von Preußen, Goethe, Kernkraftwerken, Loveparade und Oktoberfest. Sie zeichnen Stammbäume der RAF und der Deutschland AG, vergleichen Äpfel mit Kartoffeln, BRD mit DDR und Stefan Raab mit Thomas Gottschalk.

Mit Infotainment auf höchstem Niveau ist dieser neuartige Atlas DAS Wimmelbuch für Erwachsene.

Deutschland verstehen entstand in Kooperation mit Stern, Süddeutsche Zeitung, Die Zeit, Handelsblatt, Financial Times Deutschland, Zeit Magazin, Bild-Zeitung, Berliner Morgenpost und anderen Medien, in denen die abgebildeten Grafiken zuerst erschienen. Andere Arbeiten wurden eigens für dieses Buch erstellt.

Mit den besten Infografiken von: Jan Schwochow, Katharina Schwochow, Katja Günther, Katharina Stipp, Paul Blickle (Golden Section Graphics), Dirk Aschoff, Jakob Chrobok und Christina Ackermann (KircherBurkhardt), Stefan Fichtel (ixtract), Jim Dick, Karin Sturm, Jörg Block, Andrew Timmins, Daniel Braun, Andreas Mohrmann, Niko Wilkesmann, Benjamin Erfurth und vielen anderen.

[1] „Eine wunderbare Infografik-Bildungsreise durch unser Land und unsere Befindlichkeiten.“ STERN

[1] „Endlich erfahren wir die ganze Wahrheit über uns Deutsche. Unglaubliche Fakten zu Ehe, Küssen, Essen, Alkohol & Marotten.“ FOCUS

[7] „Viel Wissen war schon immer gut, aber es sah noch nie so gut aus.“ KULTURSPIEGEL

[7] „Digitalisierung und Netz sei Dank: Die Infografik hat sich zum hippen Wunderkind der Informationsvermittlung gewandelt. DEUTSCHLAND VERSTEHEN präsentiert Daten in buntem Gewand zum Land, seinen Bewohnern und deren Eigenheiten.“ SÜDDEUTSCHE ZEITUNG

[1] „Ein 1a-Weihnachtsgeschenk für echte Schlaw-
meier – und alle, die es werden wollen.“ GONG

[1] „Der fantastisch schöne Grafikband verpackt verständliche Zahlen, Daten, Fakten über unsere Heimat. Ein Buch, bei dem einem die Augen übergehen, so knackig wird hier Information vermittelt.“ WAZ

[1] „Ein Lehrbilderbuch zum Versinken.“ DPA

[1] „Dieses Wunderbuch der Informationen ist mehr als eine Aneinanderreihung von Grafiken – den Pfiff bringt die Gliederung.“
HANDELSBLATT

[7] „Ralf Grauel und Jan Schwochow ist das fast absurde Vorhaben gelungen, anhand von Zahlen und Fakten auch ein wenig die deutsche Seele zu erkunden.“ BERLINER ZEITUNG

[1] „Wie angenehm ist es, abseits üblicher Klischees festzustellen: Was sind wir doch für ein seltsames Volk.“ FRANKFURTER RUNDSCHAU

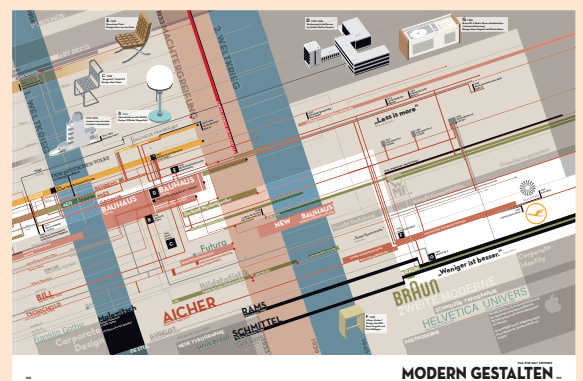
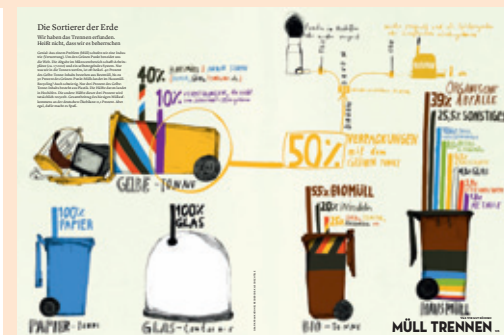
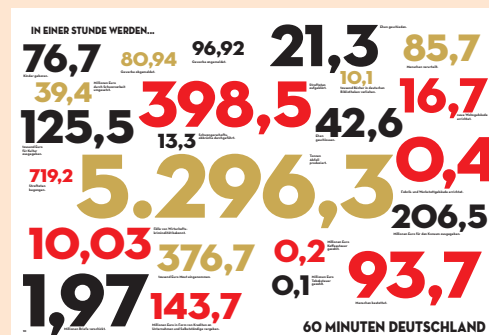
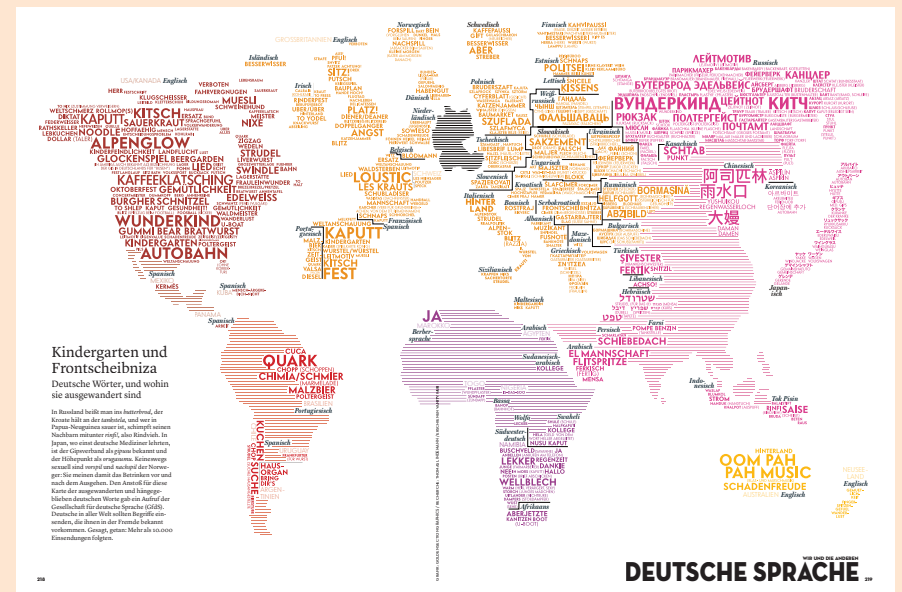
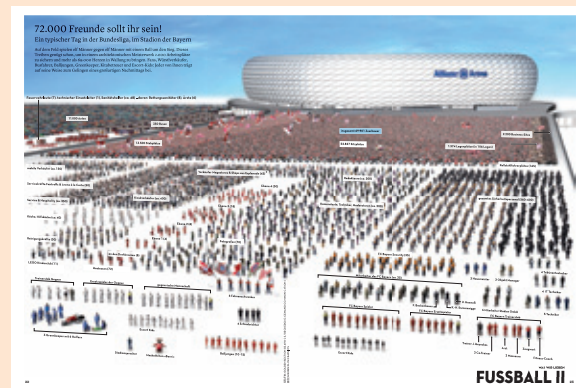
[7] „Mit DEUTSCHLAND VERSTEHEN hat der Wissenschaftsjournalist und Publizist Ralf Grauel zusammen mit Jan Schwochow, Infografik-Experte und Gründer der Agentur Golden Section Graphics, einen neuen Typus des Sachbuchs geschaffen, der Sammelleidenschaft und Interesse an Faktenwissen mit modernem Informationsdesign verbindet. Der Band richtet sich an Menschen, die Wissen entdecken und auf unterhaltsame Weise mehr über unser Land erfahren wollen.“ GERT SCOBEL (3SAT)

ÜBER DIE MITHERAUSGEBER

RALF GRAUEL ist Wirtschaftsjournalist und Publizist. Er hat für *brand eins*, das *Zeit Magazin* und das *Süddeutsche Zeitung Magazin* gearbeitet. Er lebt in Berlin, wo er Bücher, Magazine und Veranstaltungen für Unternehmen entwickelt und betreut. Zu seinen Kunden zählen: Daimler, Ergo, Entega, Hornbach, Leica, Mini und Siemens. Seine Arbeiten wurden national und international mit Preisen ausgezeichnet.

JAN SCHWOCHOW führt mit seinem Berliner Golden Section Graphics eines der international erfolgreichsten Büros für Informationsgrafik. Er blickt auf eine mehr als 20-jährige Erfahrung als Infografiker, Designer und Journalist zurück. So war er unter anderem Ressortleiter für Infografik beim *Stern* und baute die Infografikabteilung der Agentur Kircher-Burkhardt auf. Seine Arbeiten sieht man

nicht nur in führenden Medien wie dem *New York Times Magazine* oder der Tageschau. Jan Schwochows Grafiken dienten auf dem WELT-Wirtschaftsgipfel 2012 der Deutschen Regierung unter Angela Merkel dazu, den Führungskräften der Weltbank, der Europäischen Zentralbank, des EFSF und den Chefs der 30 DAX Unternehmen die Eurokrise anschaulich zu machen.





TITEL

PABLO PICASSO. FRAUEN, STIERE, ALTE MEISTER

Graphik und Zeichnungen
des Berliner Kupferstich-
kabinetts

KUNST

Herausgeber: A. Beloubek-Hammer,
Kupferstichkabinett –
Staatliche Museen zu Berlin
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover,
304 Seiten, 24 × 30 cm
Preis: € 49,90 (D)
ISBN (D): 978-3-89955-501-1



ISBN (E): 978-3-89955-506-6

ÜBER DIE HERAUSGEBER

Herausgeber von *Pablo Picasso. Frauen, Stiere, Alte Meister* ist das **KUPFERSTICHKABINETT** der Staatlichen Museen zu Berlin. Als eines der ersten Museen kaufte das **KUPFERSTICHKABINETT** bereits im Jahr 1912 Grafiken von Pablo Picasso an und verfügt heute über eine der weltweit bedeutendsten Sammlungen seines graphischen Werks. **ANITA BELOUBEK-HAMMER** ist Kuratorin am Kupferstichkabinett und sowohl Autorin als auch Mitherausgeberin dieses Bands.

Das graphische Werk Pablo Picassos verdichtet seine großen Themen auf einzigartige Weise. Entstanden in sieben Jahrzehnten, zählt es zu den bedeutendsten graphischen Gesamtwerken des 20. Jahrhunderts.

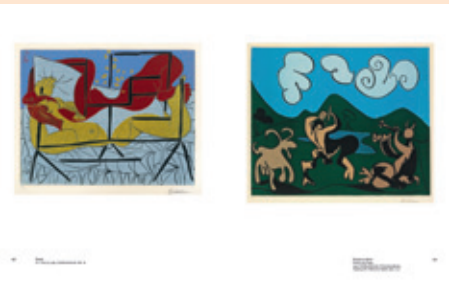
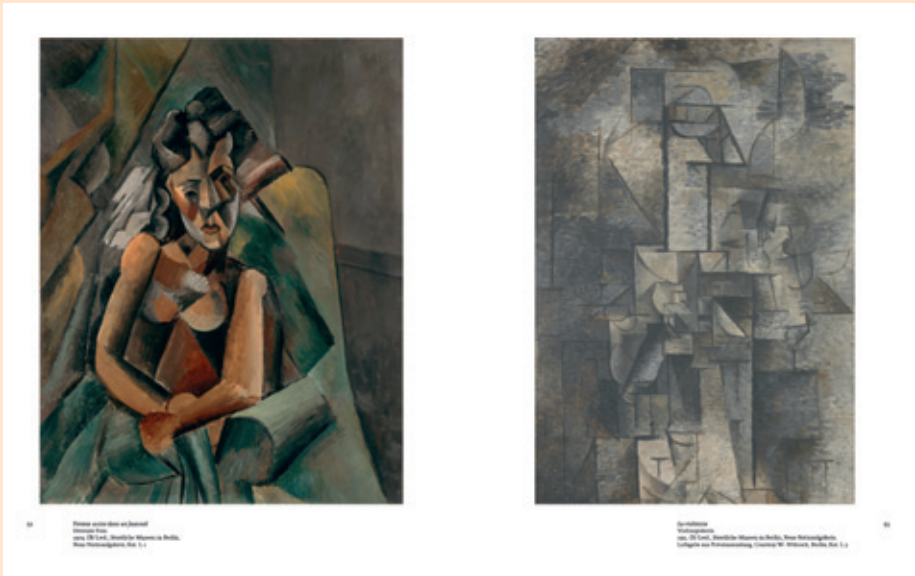
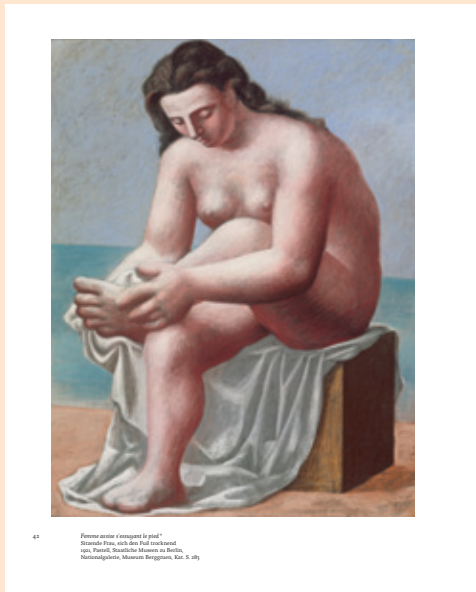
In den sieben Jahrzehnten seines künstlerischen Schaffens gab es einige Sujets, zu denen Pablo Picasso immer wieder zurückkehrte, darunter Frauen, Stiere und alte Meister sowie politische und literarische Themen. Sein graphisches Werk verdichtet diese großen Themen auf einzigartige Weise. Um den persönlichen und wechselnden Blick des Künstlers auf diese Inhalte genauer zu beleuchten, ordnet dieser Katalog Pablo Picassos graphisches Werk in sich nach diesen Sujetschwerpunkten orientierenden Kapitel.

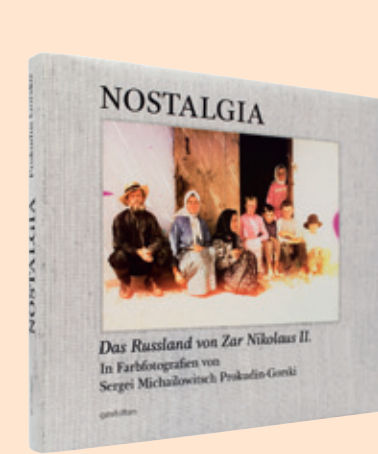
Pablo Picasso. Frauen, Stiere, Alte Meister versammelt 200 Druckgrafiken, Lithografien, Zeichnungen und Collagen von Pablo Picassos künstlerischem Anfang um 1900 bis zum Spätwerk der 1960er-Jahre. Die Bilderwelten sind sowohl schwarz-weiß als auch farbig, sie reichen von klassisch über kubistisch bis hin zu surrealistisch. Dabei betrachten die verschiedenen Textbeiträge die Werke nicht nur im historischen Kontext, es erfolgt auch eine Neubewertung aus zeitgenössischer Perspektive.

In einer Gegenüberstellung Pablo Picassos graphischer Arbeiten mit klassischen Werken großer Meister wie Rembrandt, Cranach und Goya entsteht zudem ein Dialog, der interessante Parallelen aufzeigt und den Einfluss der alten Meister auf das Werk Pablo Picassos verdeutlicht.

Pablo Picasso. Frauen, Stiere, Alte Meister wird abgerundet durch eine biografische Chronologie, ein Bildverzeichnis und eine Bibliografie.

Das Buch ist in englischer und deutscher Sprache erschienen.





TITEL

NOSTALGIA

Das Russland von Zar Nikolaus II. in Farbfotografien von Sergei Michailowitsch Prokudin-Gorski

FOTOGRAFIE

Von: Sergei M. Prokudin-Gorski
Ausstattung: Vollfarbig, Leinen-Hardcover, Querformat, 320 Seiten, 30 × 27 cm, Sprache: Deutsch
Preis: € 49,90
ISBN (D): 978-3-89955-459-5



ISBN (E): 978-3-89955-439-7

Das Russland von Zar Nikolaus II. in aufwendig restaurierten historischen Farbfotografien.

Als Fotopionier Sergei Michailowitsch Prokudin-Gorski 1909 im Auftrag des Zaren aufbrach, um dessen Riesenreich in Farbe aufzunehmen, waren ihm Größe und Bedeutung seines Unterfangens sehr wohl bewusst. Seit 1905 verfolgte er den Plan, Russland mit dem von ihm entwickelten Farbfotografieverfahren zu dokumentieren, um allen Russen, besonders aber Schulkindern, ihr riesiges Land nahezubringen. Er bekniete Zar Nikolaus II. schließlich so lange, bis dieser ihm ein mobiles Labor stellte und die nötigen Genehmigungen erteilte.

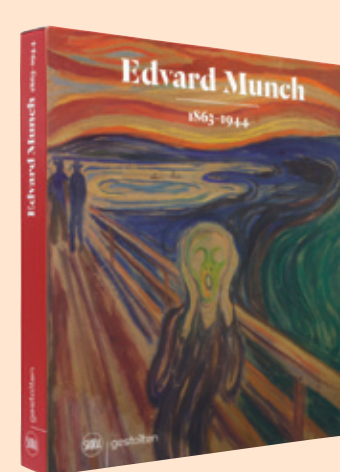
Sechs Jahre lang sollte Prokudin-Gorski schließlich Russland bereisen. Wie die meisten seiner Zeitgenossen hatte er am Anfang seiner Expedition keine Ahnung, wie seine Landsleute in den entfernteren Landesteilen aussahen und lebten. Seine Farbbilder sollten nicht nur die diversen Einwohner, Volksgruppen und Siedlungen sowie Folklore und Landschaften des gewaltigen Reiches dokumentieren, sondern auch eine gemeinsame Identität für das Volk erschaffen.

Die Landschaftsbilder von Prokudin-Gorski reichen von mittelalterlichen Kirchen und Klöstern des alten Russlands bis zu Eisenbahnlinien und Fabriken der damals jungen russischen Industrie. Eines seiner ersten und bekanntesten Porträts zeigt den Schriftsteller Leo Tolstoi. Besonders eindrucksvoll ist aber die Bandbreite der porträtierten Persönlichkeiten: vom Tagelöhner zum Großgrundbesitzer, vom Fährmann bis zum orientalischen Emir, von der jüdischen Familie zum stolzen Donkosaken.

Dank seiner fotografischen Meisterschaft und dem Einsatz der Farbfotografie bekommen seine Bilder eine besondere Lebendigkeit und Aktualität. Sie haben über ein Jahrhundert nichts von ihrer faszinierenden Schönheit und Intensität eingebüßt.

Nach der Oktoberrevolution floh Sergei Michailowitsch Prokudin-Gorski 1918 über Norwegen und England nach Frankreich, wo er sich in Paris niederließ und dort 1944 starb. Seine Farbfotografien wurden 1948 durch die Library of Congress erworben und in den letzten Jahren aufwendig restauriert. *Nostalgie* präsentiert diese restaurierten fotografischen Meisterwerke, die zugleich ein Meilenstein russischer Kulturgeschichte sind.

[1] „Zeitreise ins kunterbunte Zarenland.“
SPIEGELONLINE



TITEL

EDVARD MUNCH

1863–1944

KUNST

Herausgeber: J.-O. Steihaug, M. B. Guleng
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, Schubert, 420 Seiten, 25 × 28 cm, Sprache: Deutsch
Preis: € 49,90 (D)
ISBN (D): 978-3-89955-502-8



Der offizielle Katalog zur Osloer Jahrtausendausstellung anlässlich Edvard Munchs 150. Geburtstags.

Mit *Edvard Munch 1863–1944* erscheint die umfangreiche Werkschau des berühmten norwegischen Künstlers anlässlich seines 150. Geburtstags und begleitend zur Jahrtausendausstellung *Munch 150*, die vom Osloer Munch-Museum und dem norwegischen Nationalmuseum ausgerichtet wird.

Edvard Munch gilt als einer der wichtigsten Wegbereiter der Moderne; das Buch zeichnet mit über 300 Abbildungen von Werken aus allen Abschnitten Munchs Lebens seinen künstlerischen Werdegang nach.

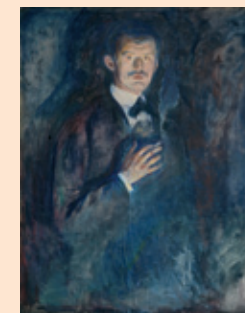
Obwohl Munchs bekannteste Werke *Der Schrei* und *Die Sonne* ihn klar im Kanon der Moderne verorten, nimmt das Buch eine aktuelle Neubewertung seiner Beziehung zur Moderne vor. Dies betrifft Themen wie das Verhältnis zwischen Kunst und Wirklichkeit, die Stellung des Individuums in der Welt, die Rolle des Künstlers in der Gesellschaft und die Wahrnehmung des Künstlers durch sein Publikum.

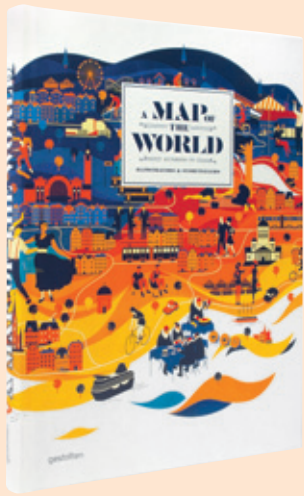
Das hochwertige Buch wird abgerundet von einer biografischen Chronologie, einem reich bebilderten Verzeichnis der Ausstellungsexponate und einer umfassenden Bibliografie.



[0] JON-OVE STEIHAUG ist Senior Kurator und kommissarischer Leiter der Ausstellungen und Sammlungen des Munch-Museums. Seine Forschungsschwerpunkte reichen von zeitgenössischer Kunst und kritischer Theorie zur Outsider Art, der Moderne und den Werken von Munch. Er ist einer der Kuratoren der Jubiläumsausstellung *Munch 150*.

[1] MAI BRITT GULENG ist Kuratorin am Nationalmuseum in Oslo. Ihre Forschung ist auf Edvard Munch, Kunstgeschichtsschreibung sowie norwegische Malerei und Skulptur fokussiert. Im Laufe der Jahre 2006–2011 war sie Senior Kuratorin am Munch-Museum, wo sie Projektmanagerin von Edvard Munchs Schriften war. Sie ist eine der Kuratoren der Jubiläumsausstellung *Munch 150*.





TITEL

A MAP OF THE WORLD

The World According to Illustrators and Storytellers

GRAFIKDESIGN

Herausgeber: Antonis Antoniou, R. Klanten, S. Ehmann, H. Hellige
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, 224 Seiten, 24,5 × 33 cm
Preis: € 39,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-469-4



Karten helfen, die Welt zu begreifen, und liegen voll im Zeitgeist. Dies ist das Buch der besten, originellsten und gesuchtesten Kartenzeichner.

Eine Karte zu zeichnen heißt, die Welt besser zu begreifen. Seit Ewigkeiten nutzen Menschen die Werkzeuge der Kartografie, um ihr Umfeld im Kleinen und die Welt im Großen abzubilden und anderen zu vermitteln. Landkarten zeigen zum einen räumliche Zusammenhänge – Entfernungen, Dimensionen, Topografie –, zum anderen sind sie immer auch eine Leinwand für unterschiedliche Darstellungsarten, für Illustration, Datenvisualisierung und Visual Storytelling. In Zeiten von Navigationssystemen und Google Maps bekommen diese persönlichen Interpretationen der uns umgebenden Wirklichkeit eine höhere Bedeutung. Gleichzeitig nutzen Zeitschriften, Tourismus und kommerzielle Anbieter diese neuen Karten, um Regionen zu erklären, das lokale Umfeld zu verorten, Stimmungen zu erzeugen und Geschichten zu erzählen.

Eine neue Generation von Designern, Illustratoren und Kartografen entdeckt derzeit ihre Leidenschaft für die verschiedensten Formen der illustrativen Kartografie. *A Map of the World* zeigt das Spektrum ihrer Arbeiten, von akkuraten und überraschend detailreichen Darstellungen auf der einen, bis zu persönlichen, naiven und modernistischen Illustrationen auf der anderen Seite. Projekte aus aller Welt zeigen die Bandbreite: von klassischen, lesbaren Karten und Atlanten

über kartografische Experimente bis hin zu redaktionellen Illustrationen von Stadtansichten und Weltenbildern.

[1] „Eine internationale Auswahl von Illustratoren hat den klassischen Atlas neu interpretiert.“ BRIGITTE

[1] „Mit 224 Seiten um die Welt! Ein Atlas mit originellen Kartenzeichnungen stellt Google Maps und Co. in den Schatten.“ LIGASTUDIOS

[1] „Ein Buch, das Lust macht auf Weltreisen.“ WAZ

[1] „Betörend schön.“ SÜDDEUTSCHE ZEITUNG

[1] „Diese Karten sind eine Freude für das Auge und den Geist.“ NOVUM

[1] „Der Bildband zeigt Städte, Länder und Regionen in wunderbar gezeichneten Illustrationen und macht Lust, mit dem Finger auf Land- und Weltkarten zu spazieren.“ WELT AM SONNTAG

[1] „Vom Zwang der präzisen, verständlichen, für den Alltagsverbrauch geeigneten Wiedergabe befreit, zeigen die Karten hier, was an Muse und Ästhetik – und Interpretation und Projektionspotenzial – in ihnen steckt.“ RAMPSTYLE



TITEL

A LIFE IN ILLUSTRATION

The Most Famous Illustrators and their Work

ILLUSTRATION

Herausgeber: R. Klanten, H. Hellige
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, 256 Seiten, 24 × 28 cm
Preis: € 39,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-485-4



Wie fühlt sich ein Leben als Illustrator an, was sind die Tätigkeitsfelder? Die erfolgreichsten Illustratoren zeigen ihre Arbeiten und berichten über ihren Werdegang in einem der schönsten Berufe.

Illustration ist nicht mehr gleich Illustration. Heutzutage gestalten und schreiben Illustratoren Kinderbücher oder Graphic Novels, sie strukturieren Informationen mittels Infografiken, entwerfen Logos, Schriften und typografische Anwendungen, illustrieren redaktionelle Inhalte für Zeitschriften und Magazine, setzen ihr Talent in der Werbung und Mode ein oder entwickeln und produzieren eigene Produktreihen auf Basis ihrer Kreationen. Doch trotz ihres gemeinsamen Fundaments folgen all diese Bereiche unterschiedlichen Regeln – und haben entsprechende Spezialisten, Tätigkeitsprofile und Berufsbilder hervorgebracht.

A Life in Illustration porträtiert mehr als 20 namhafte Illustrationstalente und vermittelt wie sich ihr Berufsbild zwischen Kunden, Kunst und Kreativität – zwischen persönlichen Projekten, Lehraufträgen und „Brot-und-Butter“-Jobs – tatsächlich anfühlt und welche kreativen Herausforderungen und Perspektiven auf angehende Illustratoren warten.



Mit Ken Barber, Tina Berning, Jonathan Burton, *The New York Times'* Jonathan Corum, Catalina Estrada, *IL's* Francesco Franchi, Peter Grundy, Martin Haake, Olaf Hajek, Tomer Hanuka, Satoshi Hashimoto, Jessica Hische, Oliver Jeffers, Patrick Morgan, Christoph Niemann, Kustaa Saksi, Golden Section Graphics' Jan Schwochow, Alex Trochut, Jan Van Der Veken, Juan Velasco, Andrea Ventura, Henning Wagenbreth und Liselotte Watkins.

[1] „Anhand wichtiger Protagonisten entsteht ein breites Panorama der Zunft, von Stil über Technik und Business bis zum Illustratordasein als Lebensstil.“ PAGE





TITEL

JUST MARRIED

How to Celebrate Your Wedding in Style

STYLE

Herausgeber: F. Leahy, S. Ehmann
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover,
256 Seiten, 24 × 28 cm
Preis: € 39,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-489-2



Fiona Leahy hat schon die Hochzeit von Dita von Teese und anderen ausgerichtet. In diesem Buch verrät sie, wie der „schönste Tag im Leben“ tatsächlich gelingt.

Der schönste Tag des Lebens ist oft auch einer der schwierigsten. Denn die Planung der eigenen Hochzeit wirft zahllose wichtige Fragen auf: Welches Kleid? Welcher Ring? Welche Location? Was wird serviert? Wer sitzt neben wem? Was lässt sich einfach organisieren, wo lohnt sich professionelle Beratung? Und vor allem: Wie wird daraus ein Fest, das kitschigen Klischees entkommt und einfach perfekt zum Brautpaar passt?

Mit inspirierenden Beispielen und praxisgeprüfem Organisationstalent wirft Leahy einen entspannten und erfrischend unkonventionellen Blick auf das Thema Hochzeitsplanung. Die Stimmung der zahlreichen Beispiele reicht dabei von Punkrock und Bohemien-Schick hin zur neuen Natürlichkeit sowie von puristischem



Dokumentation: immer geschmackvoll und immer ein bisschen anders.

[0] **FIONA LEAHY** begann ihre Karriere als Stylistin und arbeitete später neben Jade Jagger bei dem britischen Hofjuwelier Garrard. Als sie ausgewählt wurde, die Hochzeit von Dita von Teese und Marilyn Manson zu gestalten, erkannte Fiona Leahy ihre wahre Berufung: die Ausrichtung glamourös-kreativer Feiern und Feste.

[1] „Coole Wedding-Tipps und -Tricks.“ COUCH



Understatement zur glamourösen Inszenierung. Schritt für Schritt bietet *Just Married* konkrete Tipps, Anleitungen und Inspirationen zu allen zentralen Aspekten einer gelungenen Hochzeitsfeier. So versammelt das Buch ein buntes Spektrum an Veranstaltungsorten, liebevoll gestalteten Letterpress-Einladungen und Dekorationen, leckeren Hochzeitstorten und Buffets, Kleidern, Brautsträußen und natürlich den Ringen, die alles zusammenhalten. Von großen Emotionen zur stimmungsvollen



TITEL

DAS GEHEIME COCKTAIL-BUCH

Das Barbuch der New Yorker PDT Bar

ESSEN UND TRINKEN, STYLE

Von: Jim Meehan, Chris Gall
Ausstattung: vollfarbig, Hardcover,
Schutzumschlag, Lesebändchen, Blindprägung,
Heißfolie, 368 Seiten, 13,5 × 21 cm
Preis: € 29,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-436-6



Akribisch recherchiert, lässig geschrieben, wunderbar gestaltet. Dieses Cocktail-Buch sollte in keiner Haus- oder Cocktailbar fehlen.

Das geheime Cocktail-Buch stammt von Jim Meehan, dem Chef der New Yorker PDT Bar, einem der Epizentren der aktuellen Cocktailkultur. Sein Buch nimmt Sie mit hinter den Tresen dieser Bar. Neben mehr als 300 Rezepten klassischer wie ausgefallener Cocktails teilt er sein umfassendes Wissen über Spirituosen, Zubehör, Gläser, Gerätschaften, Techniken und alles, was zum Mixen dazugehört. Außerdem gibt es originelle Barfoodrezepte und eine Bibliografie der wichtigsten Barbücher. Kurz gesagt, Meehan nimmt von der idealen Olive für den Martini bis zur Baretikette zu allem Stellung, was man für den Betrieb einer guten Bar – oder wahlweise für die perfekte Cocktailparty – braucht.

So kenntnisreich, akribisch, ja pedantisch Jim Meehan den Inhalt zusammengetragen hat, so lässig geschrieben und visuell ansprechend ist *Das geheime Cocktail-Buch* gestaltet und vom kongenialen Illustrator Chris Gall im Comic-Noir-Stil bebildert worden. Als praktisches Handbuch, Einblick in die New Yorker Barkultur und ideales Geschenk sollte es in keiner Haus- oder Cocktailbar fehlen. Zum Wohl!

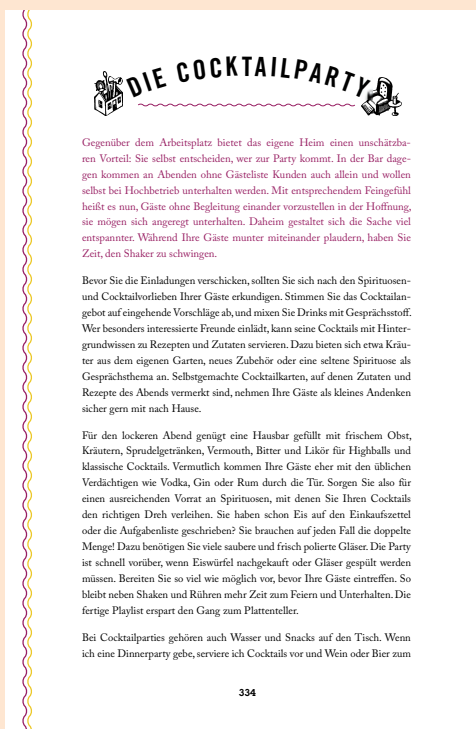
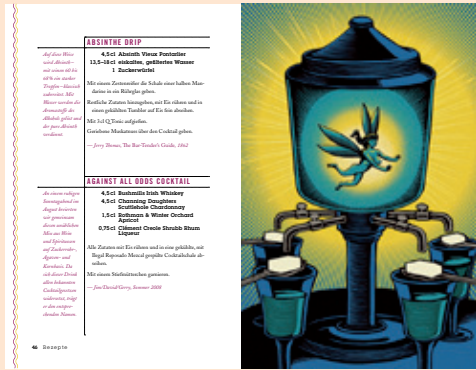
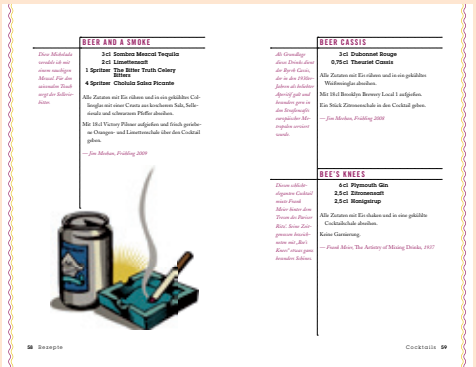
„Endlich ein Buch, das ein Muss für alle Barliebhaber – vor und hinter dem Tresen – ist! Ich gratuliere meinem langjährigen Freund Jim Meehan.“ – Charles Schumann
„Vom PDT Bar-Buch müssen sich Bartender und Liebhaber gleich zwei kaufen. Eins für die Sammlung und eins für die Bar. Sie werden damit arbeiten, es gehört hinter jede Bar – die Rezepte sind perfekt. Ein ‚Must Have‘ für Bartender!“ – Jörg Meyer
„Wenn ich durch dieses grandiose, detailreiche und formvollendete Cocktail-Buch blättere, wünsche ich mir, ich hätte es geschrieben.“ – David Wondrich

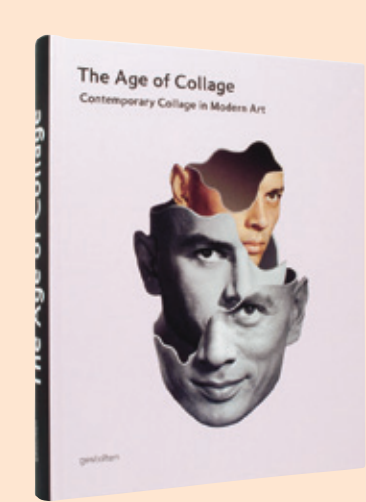
[1] „(...) besticht durch seinen Charakter und seine erstklassige Übersetzung (...) Meehans Buch begegnet einem auf Augenhöhe. Auch das macht diese relativ neue Lektüre zu einem Klassiker der Zukunft.“ MIXOLOGY.EU

[1] „Gehört (...) zu den schönsten Vertretern seiner Art. (...) Besticht vor allem durch stimmungsvolle und fantastische Illustrationen.“ DER TAGESSPIEGEL

[1] „Für Profi-Trinker.“ GALAMEN

[1] „Jim Meehan, Chef der New Yorker PDT Bar und Barkeeper-Ikone, teilt jetzt sein Insider-Wissen mit uns.“ COSMOPOLITAN





TITEL

THE AGE OF COLLAGE

Contemporary Collage in Modern Art

KUNST

Herausgeber: D. Busch, R. Klanten, H. Hellige
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover,
288 Seiten, 24 × 30 cm
Preis: € 39,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-483-0



Spontan, respektlos, persönlich. Wie kaum eine andere Technik passt die Kunst der Collage in unsere Zeit.

The Age of Collage dokumentiert die neue Lust zur destruktiven Konstruktion, zeigt herausragende Werke und Künstler und wirft einen aufschlussreichen Blick hinter die Kulissen dieser interdisziplinären und medienübergreifenden Ansätze.

Während Illustration, Malerei und Fotografie das Genre grundsätzlich prägen, sind diese Arbeiten gleichsam mal abstrakt, manchmal kontrolliert konstruktivistisch oder auch surrealistisch bis dadaistisch angehaucht. Wie kaum eine andere Technik bietet die Collage den Künstlern Raum für eine Vielzahl unterschiedlicher Positionen.

Diese neue, kompositorische Freiheit löst Widersprüche auf und aus: Mit sicheren Schnitten, Pinselstrichen, Mouse-Klicks oder Klebestreifen erhält das Unmögliche fassbare Form – und stellt nebenbei unser Weltbild auf den Kopf.

[0] Das Vorwort schrieb **DR. SILKE KROHN**. Als Spezialistin für Surrealismus verleiht die Kuratorin und Kunsthistorikerin unter anderem Büchern wie *Cutting Edges* oder *Everything Goes Right & Left If You Want It: The Art of Sergei Sviatchenko* den richtigen Schliff und Schnitt.



[0] „Kunst sollte über sich selbst lachen. Und zwar totlachen.“ Der Künstler, Collagist, Musiker und „James Dean der Illustratoren“ **DENNIS BUSCH** spielt gern mit den menschlichen Formen und lässt daraus neue entstehen. Als Meister der Verdeckung und des zweiten (Augen-) Blicks verquickt er klassische Cut-out-Techniken mit viel subversivem Humor, der auch in seiner eigenen „Galerie zum hochgeklappten Fußnagel“ ausreichend Auslauf findet.



TITEL

FOREVER

The New Tattoo

STYLE

Herausgeber: R. Klanten, F. Schulze
Texte: Matt Lodder, Nicholas Schonberger
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover,
256 Seiten, 22,5 × 29 cm
Preis: € 39,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-442-7



Tattoos sind zum Mainstream geworden. Hier kommt der Tattoo-Underground.

Tattoos, die einst zum Underground gehörten, sind zum Massenphänomen geworden. Wie immer, wenn eine Subkultur zum Mainstream wird, entstehen dabei neue Ideen, Spannungen und Verschiebungen. Traditionalisten und Innovatoren positionieren sich. Neue Einflüsse aus Kunst, Mode, traditioneller Tätowierkunst und visueller Kultur haben in den letzten Jahren eine lebendige Tattooszene entstehen lassen – einen neuen Underground. Diese aktuelle Tattookultur ist so innovativ, reichhaltig, anregend und kontrovers wie die Motive, die sie hervorbringt.

Derzeit besonders auffällig sind die Wechselwirkungen mit der Mode- und Kunstszene. Eine Reihe von international erfolgreichen Künstlern begann als Tätowierer. Scott Campbell dient als geeignetes Leitbeispiel.

Forever ist nicht einfach ein Tattoo-buch mit der üblichen Fleischschau. Das Buch zeigt die aktuellen Entwicklungen der dynamischen Tattooszene und geht auf sie ein. Es präsentiert verschiedene Stile und Ansätze und stellt wichtige Innovatoren anhand ihrer Arbeiten vor, darunter Peter Aurisch, Mark Cross, Rafel Delalande, Lionel Fahy, Happypets, Sue Jeiven, Jondix, Xed LeHead, Lea Nahon, Liam Sparkes, Tomas Tomas, Fuzi UVTPK, Tom Yak, Yvonne Ziegler und viele mehr.

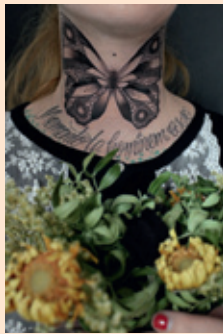


Neben der anspruchsvollen Auswahl an hochqualitativem Bildmaterial in *Forever* verfasste der Journalist und Autor Nicholas Schonberger Porträts von Alex Binnie, Yann Black, Scott Campbell, Curly, El Monga, Fergadelic, Mike Giant, Thomas Hooper, Jon John, Alix Lambert, Guy Le Tatooer, Duke Riley, Robert Ryan, Jonas Uggli, Amanda Wachob und Duncan X. Das Vorwort stammt vom schwertätowierten Kunsthistoriker Matt Lodder, der die derzeitigen Strömungen der Tattookultur mit historischem Kontext begleitet.

[1] „*Expressionismus, der unter die Haut geht.*“ SUEDEDEUTSCHE.DE

[1] „*In FOREVER sieht man, was bei Tattoos möglich ist, aber auch was Tätowierer als Künstler noch entstehen lassen können. Erstaunlich.*“ OX FANZINE

[1] „*Eine im wahrsten Sinne des Wortes lebendige Galerie, die einer ebenso lebendigen Tattooszene entspringt.*“ THEGAP.AT





TITEL

OASIS

Wellness, Spas
and Relaxation

ARCHITEKTUR, STYLE

Herausgeber: S. Ehmann, S. Borges
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover,
256 Seiten, 24 x 30 cm
Preis: € 39,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-499-1

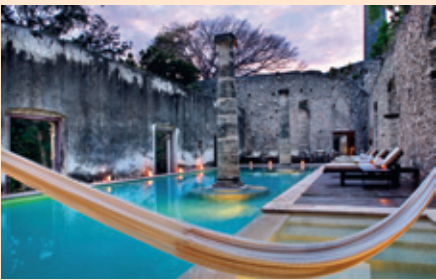


In einer Welt, die immer schneller, lauter und anstrengender wird, wächst die Bedeutung von persönlichen Rückzugsorten. Neue Bäder, Spas und Retreats bieten Körper und Geist eine Auszeit.

Wasser ist Leben. In jeder Kultur repräsentiert Wasser Reinheit, Vitalisierung und Erholung. Wellness-Rituale bieten uns wertvolle Momente der Ruhe und verhelfen zu einem wahren Selbst-Bewusstsein in einer zunehmend chaotischen Welt. Oasis zeigt eine Auswahl an Bädern, Spas und anderen Rückzugsorten, die nicht nur unser Wohlbefinden bedienen, sondern auch auf kreative Weise unsere Vorstellung von Gastfreundschaft, Inneneinrichtung und Architektur überbieten.

Die Wohlfühltempel in diesem Buch sind Orte zum Loslassen, Abschalten und Refokussieren. Von öffentlichen Saunas bis hin zu Fünf-Sterne-Resorts: Die Suche nach dem persönlichen Jungbrunnen findet ihr Ziel an den unterschiedlichsten Plätzen. Mal subtil und zurückhaltend an minimalistischen Orten der Stille, ein anderes Mal opulent in glamourös-beindruckenden Körpertempeln, mal als Insel im Gewirr der Großstadt, und ein anderes Mal inmitten endloser Weiten entfernter Landschaften.

Mit einer Vielzahl anregender Fotografien dient dieser Band als visuelle Oase und inspirierende Vorstellung der neuen Wohlfühlorte.



TITEL

ROCK THE SHACK

The Architecture of
Cabins, Cocoons and
Hide-Outs

ARCHITEKTUR

Herausgeber: S. Ehmann, S. Borges
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover,
240 Seiten, 24 x 30 cm
Preis: € 39,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-466-3



Das kleine Wochenendhaus, die Hütte in den Bergen, die ehemalige Fischerkate am Meer oder das Baumhaus im Wald. Die Architektur der Sehnsucht nach dem Leben mit der Natur.

Zum ersten Mal in der Menschheitsgeschichte leben mehr Menschen in Städten als auf dem Land. Doch zur gleichen Zeit sehnen sich immer mehr von diesen Städtern nach dem Bauernhof in der Provinz, der Hütte in den Bergen oder dem Haus am Meer. Solche Zufluchtsorte versprechen dem modernen Menschen das, was die Stadt nicht bieten kann: Ruhe, Entspannung, Unerreichbarkeit, Konzentration auf das wenig wirklich Wichtige, wieder Mensch werden.

Rock the Shack zeigt einen Querschnitt solcher Sehnsuchtsbauten aus aller Welt. Sparsam aber anspruchsvoll eingerichtete Hütten, Datschen, Zweithäuser, Baumhäuser, Umbauten, Unterstände und Zufluchtsorte in der Natur finden sich in diesem Buch. Was all diese Projekte gemein haben, ist ein besonderer Geist des Ortes, der die Einmaligkeit einer geografischen Begebenheit mit dem individuellen Charakter der Bewohner und Architekten verbindet. Der

Anblick der Behausung von außen ist dem Bewohner dabei ebenso wichtig wie der Ausblick von innen.

[1] „Wer träumt nicht von einem Rückzugsort, an dem die Probleme klein sind und die Freiheit groß ist? (...) Ein neuer Bildband stellt beispielhafte Projekte in aller Welt vor.“
MANAGER-MAGAZIN.DE



[2] „(Der) Bildband zeigt Ferien-Unterkünfte, die den Luxus des Verzichts bieten.“
SPIEGELONLINE

[3] „Für Leute, die sich in die Natur flüchten wollen, ist der Bildband die richtige Lektüre.“
RHEINISCHE POSTS RP+

[4] „Eine fulminante Sammlung kleiner, einfacher Architekturen, die vor allem eins schürt: die Lust auf einen spontanen Kurzurlaub.“
BAUNETZ.DE

[5] „So ungewöhnlich sehen Blockhütten von heute aus.“ WELT.DE

[6] „Haikus aus Holz und Stein.“ COUNTRY

[7] „Hütten wie Paläste. Dass die gut ausgewählten Objekte ein Gefühl von Weite und Großzügigkeit vermitteln, liegt auch am angenehm unverkrampften Layout des Bildbandes.“ HÄUSER

[8] „Das Mini-Haus als Sehnsuchtsort.“ COUCH

[9] „Wer dieses Buch in den Händen hält, möchte eigentlich nur noch raus aufs Land und irgendwo draußen eine Hütte bauen.“ A&W





TITEL

FULLY BOOKED: INK ON PAPER

Design and Concepts
for New Publications

GRAFIKDESIGN

Herausgeber: A. Losowsky, R. Klanten,
M. Hübner; Texte: A. Losowsky
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover,
280 Seiten, 24 × 30 cm
Preis: € 44 (D)
ISBN: 978-3-89955-464-9



TITEL

LITTLE BIG BOOKS

Illustrations for Children's
Picture Books

ILLUSTRATION

Herausgeber: R. Klanten, H. Hellige
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover,
240 Seiten, 24 × 30 cm
Preis: € 39,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-446-5



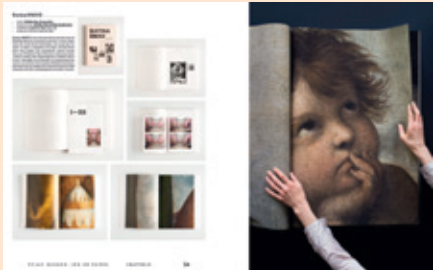
Junge Gestalter und Herausgeber läuten die wohl spannendste Ära in der Geschichte des gedruckten Buches ein.

Fully Booked: Ink on Paper versammelt die Bücher und Printprodukte junger, zeitgenössischer Gestalter, Verlage, Typografen, Illustratoren und Herausgeber, welche die Besonderheiten von Materialien, Techniken, Fertigungs- und Verarbeitungsmethoden zelebrieren und dabei immer wieder auch herausfordern. Das Buch ist in fünf Kapiteln gegliedert, die jeweils eine wesentliche Facette der heutigen Printmedien darstellen: The Storyteller, The Showmaster, The Teacher, The Businessman und The Collector.

Unkonventionelle Themen, radikale redaktionelle und gestalterische Konzepte finden durch Druck und Bindung ihre angemessene Form. Das taktile Erlebnis, in einer gedruckten Publikation zu blättern, hat für die vorgestellten Herausgeber, Autoren, Gestalter und ihre Leser eine unverrückbar hohe emotionale Qualität. Bei persönlichen Projekten in kleinster Auflage gilt dies ebenso wie bei besonders hochwertigen Künstler- oder Markenbüchern.

Anhand der Arbeiten von bahnbrechenden Gestaltern und Designstudios wie A Practice for Everyday Life, Coralie Bickford-Smith, Irma Boom, Deutsche & Japanner, John Gall, Joost Grootens, Julia Hasting, Heimann und Schwantes, Jung + Wenig, Konst & Teknik, Leftloft, Made Thought, Peter Mendelsund, Niessen & de Vries, Prill Vieceli Cremers, Raffinerie AG und Studio Laucke Siebein sowie Texten des Mitherausgebers Andrew Losowsky dokumentiert *Fully Booked: Ink on Paper* sowohl die Vielfalt der Möglichkeiten als auch die aktuelle Experimentierfreude. Die spannendste Phase in der Geschichte des Druckens hat gerade begonnen ...

[0] **ANDREW LOSOWSKY** lebt in New York City und ist als Buchredakteur für die *Huffington Post* tätig. Der preisgekrönte Journalist, der für Publikationen wie *Guardian*, *Wall Street Journal* oder *Wired* geschrieben hat, lässt generell kein Medium unbeachtet und arbeitete bereits an unzähligen Büchern, Zeitschriften, Websites und Apps. Neben *Fully Booked: Ink on Paper* hat Losowsky auch Texte für *Turning Pages* und *Visual Storytelling* geschrieben und ist Mit-herausgeber von *Around the World*.



Die aktuell besten Illustratoren für Kinderbücher weit jenseits von Bärchen und Kitty.

Als Kind sieht man die Welt mit anderen Augen. Durch illustrierte Geschichten in Kinderbüchern lernen Kinder viel über die Welt, in der sie leben. Die schönsten Bilderbücher für Kinder enthalten aber nicht nur wunderbare Geschichten, sondern erzählen sie auch auf visuell ansprechende Weise. Denn Kinder sind sehr kritische Leser und strafen langweilige, anbiedernde, dumpf belehrende oder visuell schlecht gemachte Kinderbücher mit konsequenter Nichtbeachtung.

Zum Glück gibt es heute einen Reichtum an modern illustrierten Kinderbüchern, die durchaus anspruchsvolle Themen aufgreifen und sie visuell zeitgemäß aufbereiten. Trotz Fernsehen und Computer – oder gerade deshalb – erfreuen sich Bücher bei Kindern anhaltender Beliebtheit. Nicht nur weil sie auch als Vorlagen für Fernsehsendungen, Videospiele, Spielzeug oder Merchandising-Produkte dienen können, ist

der Wunsch ein erfolgreiches Kinderbuch zu gestalten bei fast allen Illustratoren und Verlagen ungebrochen.

Little Big Books zeigt die besten Beispiele heutiger Kinderbuchillustration anhand der vielversprechendsten Gestalter von morgen. Nicht nur neue und einprägsame Bildinhalte werden vorgestellt, das Buch bietet auch hilfreiche Texte für Interessenten und Einsteiger im Bereich Vermarktung und Veröffentlichung von visuellen Konzepten für Kinder. Dank einer Reihe von Interviews mit Fachleuten werden sämtliche Themen in diesem Gebiet erörtert, wie zum Beispiel pädagogische Aspekte, Aufmachung und Materialauswahl, die Psychologie hinter Kinderbüchern, Auszeichnungen und praktische Ratschläge für Rechte und Lizenzen im Verlagswesen.

Little Big Books wird durch einen einleitenden Text vervollständigt, der die aktuellen Arbeiten und Strömungen im historischen Kontext klassischer Kinderbuchillustration betrachtet.

[1] „Ein inspirierender Farbrausch.“
SONNTAGSZEITUNG

[2] „Wie vielseitig das Feld der Bilderbuch-illustration (...) ist, wird bei der Lektüre von *LITTLE BIG BOOKS* deutlich.“ NOVUM

[3] „Die 240 Seiten bieten einen kunterbunten Querschnitt durch die hiesige Trends der Illustratorenszene und veranschaulichen, wie vielfältig die Möglichkeiten der Kinderbuchillustration heutzutage sind.“
KUNST-MAGAZIN.DE



[4] „Dieses Buch ist ein reinstes Augenschmaus. Jede Seite ist ein neues visuelles Abenteuer, bei dem man sofort in die märchenhaften Geschichten eintaucht und in ihren Bann gezogen wird.“ DEUTSCHLAND TODAY





TITEL

WORKSPACE

New Spaces for New Work

ARCHITEKTUR

Herausgeber: S. Borges, S. Ehmann, R. Klanten
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover,
240 Seiten, 24 x 30 cm
Preis: € 39,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-495-3



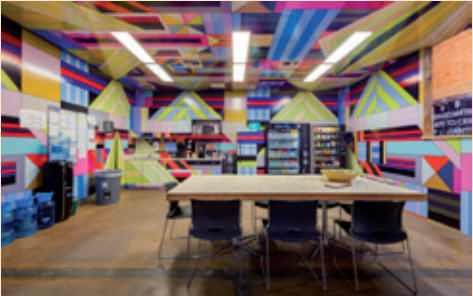
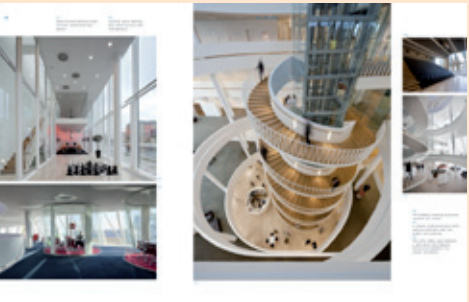
Neue Räume für neue Arbeit. Die besten Architekten und innovativsten Firmen der Welt entwerfen Büroräume, die vorwegnehmen, wie wir in der Zukunft arbeiten werden.

Unsere Arbeitswelt verändert sich gerade fundamental. Globalisierung und Digitalisierung auf der einen Seite, neue Unternehmenskulturen, Kollaborationsmethoden, Arbeitsformen und veränderte Hierarchien auf der anderen eröffnen Unternehmen und Mitarbeitern große Möglichkeiten, bringen allerdings mindestens ebenso große Herausforderungen an die Architektur – und die, die sie nutzen möchten – mit sich.

WorkScape zeigt eine umfangreiche Bestandsaufnahme und präsentiert die Büros weltweit führender Unternehmen wie Facebook, Google, YouTube, Monocle, KPMG, Red Bull und Urban Outfitters. Neben dem unmittelbaren Arbeitsumfeld dokumentiert *WorkScape* unkonventionelle Rahmenbedingungen, die den Arbeitsplatz attraktiver machen und neue Entwicklungen in der Berufswelt widerspiegeln – angefangen bei der betriebseigenen Kinderbetreuung über

die Biokantine bis hin zur Ladestation für Elektroautos auf dem Firmenparkplatz.

Sowohl in den Hauptsitzen globaler Unternehmen als auch in den Räumen innovationsfreudiger Mittelständler oder in kleinen Kreativbüros finden sich spannende Beispiele dieses Umbruchs. Auch die Besonderheiten temporärer Strukturen wie sogenannte Incubators für Start-ups oder Co-Working-Spaces für Freiberufler werden hier berücksichtigt und mit umfangreichem Text-, Bild- und Planmaterial dargestellt.



Mit seinem anregenden Überblick der Arbeitsräume für heute und morgen richtet sich *WorkScape* so an Architekten, Interior- und Produktdesigner, aber auch Unternehmen und Mitarbeiter, die als potenzielle Auftraggeber und Nutzer ihr Arbeitsumfeld neu definieren möchten.



[1] „Ein neuer Bildband porträtiert die modernsten Büros des 21. Jahrhunderts – vom Start-up bis zur massiven Konzernzentrale.“ MONOPOL ONLINE

[1] „Hinter den schönen Fassaden und den durchdesignten Büroräumen verbirgt sich auch ein zutiefst humanistischer Ansatz.“ COVER

[1] „Die schönsten Arbeitsplätze der Welt.“ SPIEGELONLINE



TITEL

NORTHERN DELIGHTS

Scandinavian Homes, Interiors and Design

STYLE, ARCHITEKTUR

Herausgeber: Emma Fexeus, S. Ehmann
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover,
256 Seiten, 24 x 30 cm
Preis: € 39,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-472-4



Zeitlos schön, hochwertig, funktional, menschlich. Die Schönheit skandinavischer Innenraumgestaltung für daheim, Büros und eigentlich alle Räume, in denen sich Menschen wohlfühlen sollen.

Wenn es darum ginge, ein Haus zu bauen, in dem alle Menschen gern leben würden, dann wäre der Architekt wahrscheinlich ein Italiener, der Ingenieur vielleicht ein Deutscher, der Gärtner ein Brite, die Handwerker kämen wohl aus der Schweiz oder Japan. Der Interior Designer des Hauses aber – und das ist sicher – käme am besten aus Skandinavien.

Kaum ein Interior- und Produktdesign ist so zeitlos, so funktional, so hochwertig und so ästhetisch wie das aus Schweden, Norwegen, Finnland und Dänemark. Zahllose Möbel, Objekte und Bauten aus skandinavischen Ländern wurden zu Ikonen der internationalen Design- und Architekturgeschichte. Die aktuelle Generation an Gestaltern greift diese Tradition nachhaltigen Designs bewusst auf und entwickelt es konsequent, intelligent und geschmackssicher fort.

In *Northern Delights* begegnen sich Klassiker und junge Talente, einzelne Produkte

und behutsam inszenierte Lebensräume. Die Maserung verschiedener Hölzer, die Klarheit von buntem Glas, die fröhliche Farbigkeit von Stoffen und Mustern und dazu die Qualität der handwerklichen Verarbeitung machen skandinavisches Design so besonders. Sie sind die Zutaten, mit denen sich einfache, einladende und dabei sehr gemütliche Wohnungen einrichten lassen.

Northern Delights bietet Anregungen für Designer, Architekten und Privatpersonen gleichermaßen. In einer skandinavischen Wohnung fühlt sich jeder zu Hause.

[1] „Blättert man in NORTHERN DELIGHTS will man sofort ein Haus auf Gotland und massig skandinavisches Design kaufen, so gut kuratiert sind die vorgestellten Möbelklassiker, Entwürfe junger Gestalter und Interiors.“ AD



[1] „Ein absolut gelungenes Buch ... Die Interieurs wirken bewohnt und gemütlich, nicht, wie oftmals gesehen, bloß wie arrangierte Schaustücke.“ FAQ





TITEL

BLANK SLATE

A Comprehensive Library
of Photographic Templates

GRAFIKDESIGN

Herausgeber: C. Craigie
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover,
inkl. DVD, 256 Seiten, 24 x 28 cm
Preis: € 39,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-465-6

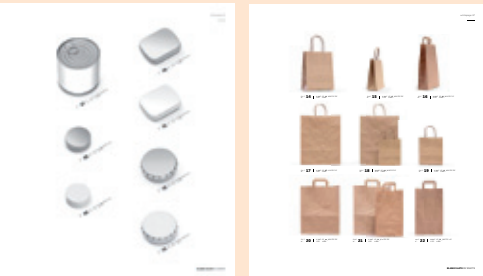


Blank Slate liefert dem Grafiker und Werber Fotovorlagen für die lebensnahe und überzeugende Präsentation ihrer Designs.

Jeder Grafiker, jeder Werber kennt die Situation. Man hat ein Logo oder ein Corporate Design entworfen und will es dem Kunden präsentieren. Den Entwurf allein auf eine Pappe aufzuziehen bringt die Idee aber nicht richtig rüber. Viel besser ist es, das Design in Anwendung zu zeigen, also dem Kunden zu präsentieren, wie der Entwurf ganz konkret auf einer Einkaufstüte, auf dem Etikett einer Flasche, auf Broschüren oder anderen Produkten aussehen könnte; denn so wird Gestaltung lebendig und nachvollziehbar, und sie lässt sich dem Kunden spürbar besser verkaufen.

Blank Slate ist eine Sammlung von mehr als tausend Fotovorlagen von Alltagsgegenständen, die gleichzeitig als digitale Dateien auf einer beiliegenden DVD zur Verfügung stehen. Mit diesen Fotovorlagen kann der Gestalter seine Entwürfe so präsentieren, dass der Kunde einen lebhaften Eindruck davon bekommt, wie das künftige Design seiner Firma im wirklichen Leben funktioniert.

Es gibt aktuell kaum brauchbare Vorlagen für solche Präsentationszwecke und wenn, so sind sie zumeist von mäßiger Qualität und nicht gerade preiswert. Ähnlich wie beim Gestalten-Buch *Neubau Welt* liefert *Blank Slate* dem Designer Anregungen und Dateien und damit konkrete Erleichterung bei der Umsetzung, Präsentation und dem Verkauf seiner Gestaltung.



[0] Als Design Direktorin der Düsseldorfer DMC Group und zuvor bei Claus Koch realisierte **CORDELIA CRAIGIE** eine Bandbreite an Projekten für beispielsweise Mercedes-Benz, Johnson&Johnson, Maurice Lacroix, Allianz, REWE oder Lamy. Einen Werkzeugkasten wie *Blank Slate* hat sie dabei stets vermisst und kurzerhand selbst die Initiative ergriffen, um sich und anderen den Designprozess sowie die Präsentation vor dem Kunden zu erleichtern.

[1] „Ein Buch, auf das vermutlich jeder Gestalter gewartet hat.“ SLANTED.DE

[1] „Gibt es irgendwelche Designer, die dieses Buch nicht brauchen? Mehr als praktisch, was der Gestalten Verlag da für 39,95 Euro zusammengestellt hat.“ PAGE



TITEL

THE LOGO DESIGN TOOLBOX

Time-Saving Templates
for Graphic Design

GRAFIKDESIGN

Von: Alexander Tibelius
Ausstattung: Vollfarbig, Flexicover,
inkl. DVD, 224 Seiten, 21 x 26 cm
Preis: € 35 (D)
ISBN: 978-3-89955-482-3

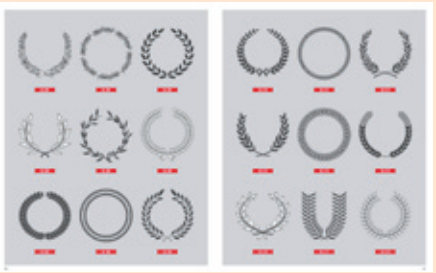
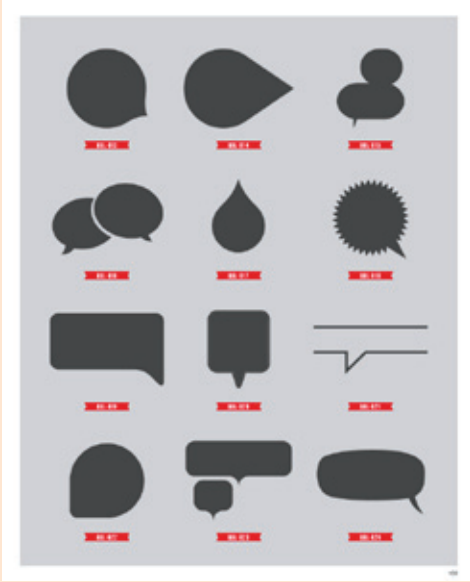
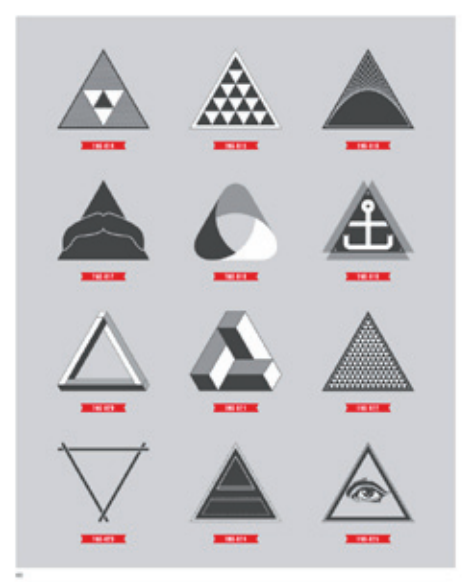


Das Buch und seine Dateien auf der beiliegenden DVD liefern dem Grafikdesigner einen Baukasten grafischer Elemente für die Gestaltung von Logos.

Jeder Designer kennt das Problem: Er weiß genau, welches Element noch fehlt, doch das entsprechende Bauteil ist nicht zur Hand – und muss erst mühevoll entworfen werden. Womit lassen sich typische Designprozesse vereinfachen und abkürzen? Welches Instrumentarium hätte man dabei gern stets zur Hand? Mit seinen 900+ Templates und Vorlagen für moderne Grafik- und Logogestaltung schenkt Alexander Tibelius Designern nun die richtigen Grundstoffe zur weiteren Verarbeitung und Verfeinerung.

Dank *The Logo Design Toolbox* muss niemand das Rad neu erfinden – von dem es in diesem Buch so einige gibt – oder viel Zeit in die perfekte Schärpe investieren. In Tibelius' aufgeräumten Werkzeugkasten versammelt sich eine Vielzahl immer wiederkehrender Elemente wie Buchstaben, Zahnräder, Dreiecke, Bänder, Lorbeerkränze, Kronen, Sterne, Ornamente, Sprechblasen und selbst Anker, Bärte oder Piratenschädel. Selbstverständlich liegen diese Motive und Symbole zwecks leichter Skalierung und Personalisierung als Vektordateien bei.

[0] Artdirector **ALEXANDER TIBELIUS**, der sonst bei großen Medienagenturen wie TBWA (Moskau) oder Jung von Matt sein Talent unter Beweis stellt, kam die Idee für dieses Buch nach der Geburt seines Kindes. Seine Prämisse: Wie kann man durch effektive Vorwegnahme dessen, was man immer wieder benötigt, den gestalterischen Alltag vereinfachen – um dadurch mehr Zeit für die eigene Familie zu haben?





TITEL

A DELICIOUS LIFE

New Food Entrepreneurs

ESSEN UND TRINKEN

Herausgeber: Marie Le Fort, S. Ehmann, R. Klanten
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, 240 Seiten, 21 x 26 cm
Preis: € 38 (D)
ISBN: 978-3-89955-467-0



Ob Kochen, Backen, Brauen, Schokoladerühren oder Apfelsortenretten – eine junge, kreative Generation entdeckt die Liebe zu hochwertigen Lebensmitteln als Lebensinhalt und einträgliche Geschäftsidee.

Wer gestern noch in einem Start-up, einer Werbeagentur oder einer Investmentbank arbeiten wollte, wird heute lieber Bio-Bauer, Imker, Speak-Easy-Gastronom oder Inhaber eines Tante-Emma-Lebensmittel-ladens. Mit tief empfundener Leidenschaft und einem kompromisslosen Qualitätsverständnis geht eine neue kreative Generation von Jungunternehmern in aller Welt daran, lokale Lebensmitteltraditionen zu bewahren, das beste Bier zu brauen, besondere Marmeladen zu kochen oder alte Apfelsorten zu retten.

A Delicious Life stellt die Akteure dieser neuen Genussbewegung vor, gewährt Einblick in ihre Welt, zeigt ihre Küchen, Gärten, Läden und Werkstätten. Während die einen fast-vergessene Zutaten oder Zubereitungsmethoden wiederentdecken, betreiben andere geradezu Forschung und entwickeln neue Rezepturen. Designer nutzen Lebensmittel und kulinarische Rituale für ihre Entwürfe, und eine ganze Reihe



[1] *„Ein essenzielles Buch für alle Foodies, aber auch für jeden, der sich für Design interessiert.“* AUSTRIAN AIRLINES SKYLINES MAGAZIN

[1] *„Die Vielfalt neuer Gastronomie zeigt der Bildband – eine Inspirationsquelle für Koch-Profis, Quereinsteiger und neugierige Esser.“* COVER

[1] *„Neue Ideen zur Obsession Essen und Trinken: Ein Buch porträtiert Unternehmer-Foodies für lesende Foodies ... Sehr empfehlenswert.“* SCHAUFENSTER



[1] *„Genuss 2.0.“* BOLERO

[1] *„Eine anschauliche Tour d'Horizon durch die neue feine Esswelt.“* DIE PRESSE



sogenannter Foodzines dokumentiert diese Entwicklung auf charmante Weise.

Neben solchen Charakterköpfen präsentiert *A Delicious Life* auch die sich wandelnde visuelle Kultur rund um die Foodists. Verpackungen, Küchenutensilien, Koch-, Kauf- und Speisesorten sowie eine Vielzahl überraschender Events und Inszenierungen regen zum Mit- und Nachmachen an.



TITEL

VELO—2ND GEAR

Bicycle Culture and Style

STYLE

Herausgeber: S. Ehmann, R. Klanten
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, 256 Seiten, 24 x 28 cm
Preis: € 38 (D)
ISBN: 978-3-89955-473-1



Fahrradfahren als Ausdruck von Design, Haltung und Lebensgefühl. Das Fahrrad hat bei der jungen Generation das Auto als identitätsstiftendes Vehikel abgelöst, und dieses Buch zeigt warum.

Fahrradfahren ist einfach: Wer es einmal kann, wird es nie wieder verlernen. Fahrradfahren kann süchtig machen – bei stetigem Gebrauch ein Leben lang. Doch die Physik des Einspurfahrzeugs gilt es dabei heutzutage ebenso zu beherrschen wie die Feinheiten der zeitgenössischen Zweiradkultur. Denn je nachdem, ob man sich für ein Hollandrad, eine Hightechmaschine, ein Mountainbike, ein Tourenrad, ein archaisches Fixie oder einen Beachcruiser entscheidet, eröffnet sich einem eine jeweils neue, andere Welt.

Velo—2nd Gear taucht in diese verschiedenen Fahrradszenen ein, zeigt Hintergründe,

bestimmter Trikots, Mützen oder Taschen signalisiert das kultivierte Verständnis für die Details und Codes der jeweiligen Szene ebenso wie der Besuch besonderer Events oder ausgefallener Fahrradtempel.

Rundfahrten in traditionellen Kostümen und auf historischen Strecken in Belgien oder Italien fordern den Sportler ebenso heraus wie den Gentleman und die Dame von Welt. In nächtlichen Rennen messen sich die Fahrradboten der Metropolen. In Bike-Boutiquen wird über Sonderlackierungen gefachsimpelt. Rahmenbauer in Oregon, Paris oder Süddeutschland fertigen individuelle Räder oder Kleinstauflagen

und sind so gefragt, dass die schmachten-den Kunden sich in ellenlange Wartelisten eintragen, um ein Velo zu ergattern.

Velo—2nd Gear feiert diese gesunde, umweltfreundliche, anspruchsvolle und trotzdem verrückte Kultur und ihre Protagonisten. Die zeitgenössische Fahrradkultur ist lebendig wie nie. Das Fahrrad hat das Auto als identitätsstiftendes Vehikel weitgehend abgelöst, und dieses Buch zeigt warum.

[1] *„Der neue Bildband (zeigt) sofort sehr deutlich, was Radfahren heute ausmachen kann oder ausmachen soll.“* ZEIT.DES VELOPHIL

[1] *„Eine opulente Bibel des guten Fahrradgeschmacks.“* TIP BERLIN

[1] *„Ein Kauf Tipp für Radliebhaber, die Spaß an Design haben.“* TOUR

[1] *„Zeig' mir dein Fahrrad und ich sag' dir, wer du bist...Im Durchblättern offenbaren sich neue Einsichten.“* DER TAGESSPIEGEL



Zusammenhänge und Details. Ein Spektrum besonders schöner und außergewöhnlicher Fahrräder bildet den Einsteig. Darüber hinaus wird dokumentiert, wie sich neben Rädern und Zubehör auch Ausstattung und Stil der Fahrer unterscheiden. Die Wahl





TITEL

INTRODUCING: CULTURE IDENTITIES

Design for Museums,
Theaters and Cultural
Institutions

GRAFIKDESIGN

Herausgeber: R. Klanten, A. Sinofzik, F. Schulze
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover,
256 Seiten, 24 × 30 cm
Preis: € 39,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-474-8



Design für Kultureinrichtungen ist die große Talentschmiede und Spielwiese des Grafikdesigns. In diesem Buch zeigen und erklären Gestalter und Kulturmacher, wie es funktioniert.

Originalität ist das Grundprinzip von Kunst und Kultur. Die visuelle Kommunikation von Museen, Theatern und anderen Kulturinstitutionen spricht die Sprache von Pionieren. Kaum ein anderes Gebiet des Grafikdesigns ist so frisch, experimentell und damit wegweisend für die visuellen Trends der nächsten Jahre.



Junge Gestalter erhalten oftmals von Kultureinrichtungen die erste Möglichkeit, sich kreativ zu beweisen. Etablierte Studios entwickeln sich durch Auftraggeber aus dem Bereich der Kunst weiter, bleiben agil und experimentieren mit neuen visuellen Ausdrucksformen. Kunst trifft heute auf Logos, Kultur auf Kommerz, Design auf Kuration. Die Kultur zeigt sich dabei außerordentlich offen und wird so zum Katalysator für wegweisende gestalterische Ausdruckformen und neue Stile – ganz in der Tradition der visionären Kulturinstitutionen.

Introducing: Culture Identities ist eine Sammlung gestalterisch herausragender grafischer Arbeiten für internationale Kunden aus dem kulturellen Bereich. Das Buch präsentiert Plakatkampagnen, Publikationen, Logos und Geschäftsaustattungen, teils im Kontext medial vielschichtiger visueller Identitäten. Umfassende Porträts stellen eine Reihe relevanter Positionen

vor und beleuchten die Thematik aus verschiedenen Perspektiven: die Beiträge stammen zum einen von Designern, die im Kulturbereich besonders aktiv sind, wie dem Bureau Mirko Borsche oder dem New Yorker Studio 2x4, zum anderen von prominenten Auftraggebern, wie dem MoMA, der Barbican, dem Van Abbemuseum und der documenta. So lernen beide Seiten sich gegenseitig besser verstehen. Bildbeispiele zeigen die Speerspitze grafischer Gestaltung der Jetztzeit.

[1] „Der Wunsch von vielen Designern ist es, im kulturellen Feld tätig zu sein, denn dort hat man oft die Möglichkeit, besonders kreativ arbeiten zu können. (In diesem) neuen Buch ... wird diese Tatsache mehr als deutlich.“ SLANTED.DE

[1] „Man muss nur auf die Konzeption schauen, was oft ausführliche Texte erleichtern. So wird der von tollen Entwürfen strotzende Band zum Ideenfundus.“ PAGE



[1] „Ein Plädoyer für die Befreiung des Grafiklers von kleinbürgerlichen Vorbehalten.“ SÜDDEUTSCHE ZEITUNG

[1] „Ein inspirierendes Buch, das auf eine informative Art und Weise die visuellen und grafischen Trends der letzten Jahre dokumentiert.“ GRID



TITEL

DESIGNING NEWS

Changing the World of
Editorial Design and
Information Graphics

GRAFIKDESIGN

Von: Francesco Franchi
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover,
240 Seiten, 18,6 × 30 cm
Preis: € 49,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-468-7



Das visionäre Buch von Francesco Franchi über die Gestaltung von Medien und Infografiken sowie die Zukunft der Informationsvermittlung in Verlagen und im Internet.

In *Designing News* vermittelt Francesco Franchi seine Analysen, Sichtweisen und Erfahrungen sowie umfassende Gedanken zur Nachrichtengestaltung in der zukünftigen Medienlandschaft. Der fundamentale Wandel der Mediennutzung, insbesondere im Verhalten und in der Erwartung der Leser, bringt große Herausforderungen für klassische Verlage und Rundfunkanstalten, aber auch für Journalisten und Designer mit sich.

Franchi beschreibt die Zusammenhänge und Chancen dieser Entwicklung und skizziert eine neue integrierte Herangehensweise für Editorial Designer. Denn ihr Engagement, ihre Kreativität und die Fähigkeit zu multidisziplinärer Teamarbeit machen sie zu wichtigen und spannenden Schlüsselfiguren in der neuen Medienwelt.

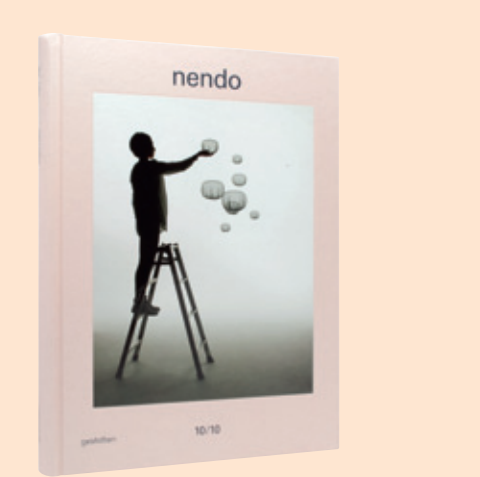
Franchis Erkenntnisse in *Designing News* basieren auf seinen eigenen Arbeiten für *Il Sole 24 ORE* sowie auf Fallbeispielen aus der Feder folgender Medienexperten: Richard Turley von *Bloomberg Businessweek*, Daniele Codega von *Thomson Reuters*, Steve Duenes von der *New York Times*, Mark Porter vom *Guardian*, Matt Curtis von der *Times*, Oliver Reichstein von *Information Architects*, Adrien Bosc von *Feuilleton et Desports* und Typografiedesigner Christian Schwartz.



[0] FRANCESCO FRANCHI ist eine Ausnahmererscheinung unter den zeitgenössischen Infografikern. Obwohl er noch am Anfang seiner Karriere steht, hat er mit dem konsequenten Grafik- und Editorial-Design-Stil für das italienische Magazin *IL—Intelligence in Lifestyle* bereits einen weltweit beachteten, modernen Klassiker geschaffen. Er versteht es, Formate zu erstellen, die zu gleichen Teilen informativ sowie unterhaltsam und immer grafisch anspruchsvoll sind. Seine Arbeit wurde bereits mehrfach ausgezeichnet, beispielsweise mit dem European Design Award und bei der Malofiej Konferenz.

[1] „Einem italienischen Designer haben wir den ersten wirklich umfassenden Band über die aktuelle gestalterische Aufbereitung von Nachrichten zu verdanken.“ PAGE





TITEL

NENDO

10/10

PRODUKTDISEGN

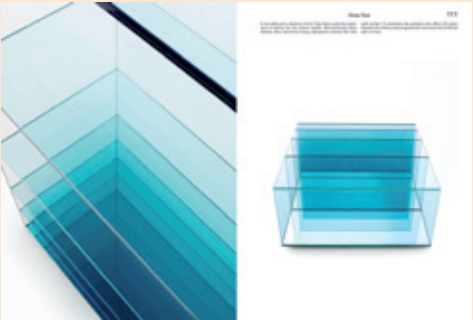
Von: Nendo
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover,
320 Seiten, 24,5 × 33 cm
Preis: € 49,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-470-0



Elegant, modern, subtil, spielerisch: japanisches Design in Vollendung und ein Ausblick auf die Gestaltung der Zukunft.

Nur wenige Designstudios weltweit liefern Projekte in jener gleichbleibend hohen Qualität ab wie das japanische Studio Nendo. Zwischen den Sphären von Architektur, Innenarchitektur, Produkt- und Grafikdesign, Skulptur und Installation begeistern die Arbeiten von Nendo durch Klarheit und verblüffen gleichzeitig durch raffinierte Konzepte. Sie sind unaufdringlich und funktional – ganz im Sinne japanischer Gestaltungstradition – und tragen doch auch eine kindliche Leichtigkeit und den Humor japanischer Popkultur in sich. Der Name Nendo, das japanische Wort für Knete, scheint in diesem Zusammenhang auf ein unbeschwertes Spiel mit fundamentalen Objekteigenschaften anzuspielen.

Das im Jahr 2002 von Oki Sato in Tokio gegründete Designstudio hat sich in der internationalen Designszene einen Namen gemacht und gewinnt reihenweise internationale Auszeichnungen. So kürte das renommierte Magazin *Wallpaper** Nendo zum „Designer of the Year 2012“.



TITEL

LINGUA DIGITALIS

Dictionary for a
Connected World



GRAFIKDESIGN

Von: Mutabor
Ausstattung: Vollfarbig, Flexicover, Querformat,
inkl. gratis Download von 150 lizenzfreien Icons,
192 Seiten, 20 × 14 cm
Preis: € 29,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-455-7



Mutabors Beitrag zur Entwicklung von Logos im digitalen Umfeld.

Mutabor hat sich zu einer der wichtigsten und kreativsten Designagenturen Deutschlands entwickelt. Bekannt geworden sind sie unter anderem für ihre prägnanten Logos und Icons, wie zum Beispiel das aktuelle Logo der deutschen Bundesliga. Aus dieser Kernkompetenz hat Mutabor über die Jahre



einen umfassenden Designansatz für die interdisziplinäre Präsentation von Marken aufgebaut. Ihre preisgekrönten Projekte für Kunden wie Audi, Adidas, Deutsche Telekom und BMW reichen von der Gestaltung von Printmedien bis hin zu Showrooms und großen Automobilmesse-Auftritten. Ein wichtiger Teil ihrer Arbeit ist die optimale Markenpräsentation im digitalen Umfeld.

In *Lingua Digitalis* zeigt Mutabor anschaulich, wie man Logos und Icons

für digitale Medien wie iPad, Apps oder Interface Design entwickelt. Anhand von mehr als tausend Beispielen und zum Teil unveröffentlichten Piktogrammen erklärt das Buch den Entstehungsprozess der Arbeiten aus der strategischen Perspektive der renommierten Kreativen und erläutert, wie man sich als Gestalter den Zugang zu komplexen oder abstrakten Aufgabenstellungen über verschiedene Plattformen erschließen kann. Wer das Buch kauft,

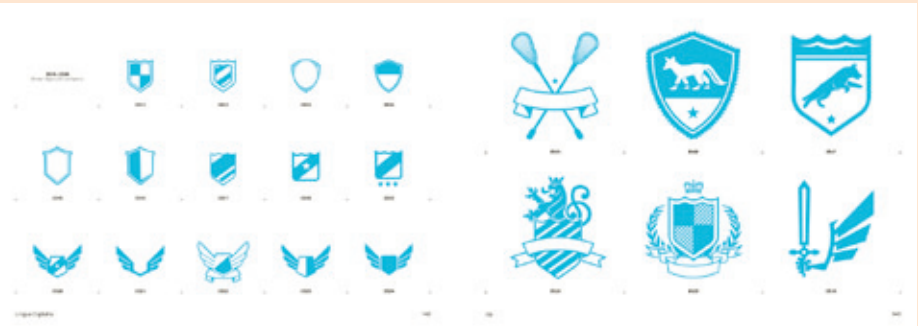


bekommt außerdem Zugang zu 150 lizenzfreien Icons zum gratis-Download.

Mit einer Kombination aus gedrucktem und interaktivem Material ist *Lingua Digitalis* Werkzeug und Ratgeber für den Designeralltag. Durch die Breite der

versammelten Arbeiten ermöglicht das Buch tiefe Einblicke in die Vorgehensweise eines weltweit anerkannten Designunternehmens zwischen virtueller und realer Welt.

Mutabor ist auch verantwortlich für die langjährigen Gestalten-Bestseller *Lingua Grafica* und *Lingua Universalis*.





TITEL

LET'S GO OUT!

Interiors and Architecture
for Restaurants and Bars

ESSEN UND TRINKEN, ARCHITEKTUR

Herausgeber: R. Klanten, S. Ehmann, S. Borges
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover,
288 Seiten, 24 x 28 cm
Preis: € 39,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-451-9



TITEL

ONCE IN A LIFETIME

Travel and Leisure
Redefined

STYLE, ARCHITEKTUR

Herausgeber: M. Le Fort,
R. Klanten, S. Ehmann
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover,
256 Seiten, 24 x 30 cm
Preis: € 39,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-419-9



Richtungsweisende Architektur und Inneneinrichtung für Restaurants, Bars und Clubs.

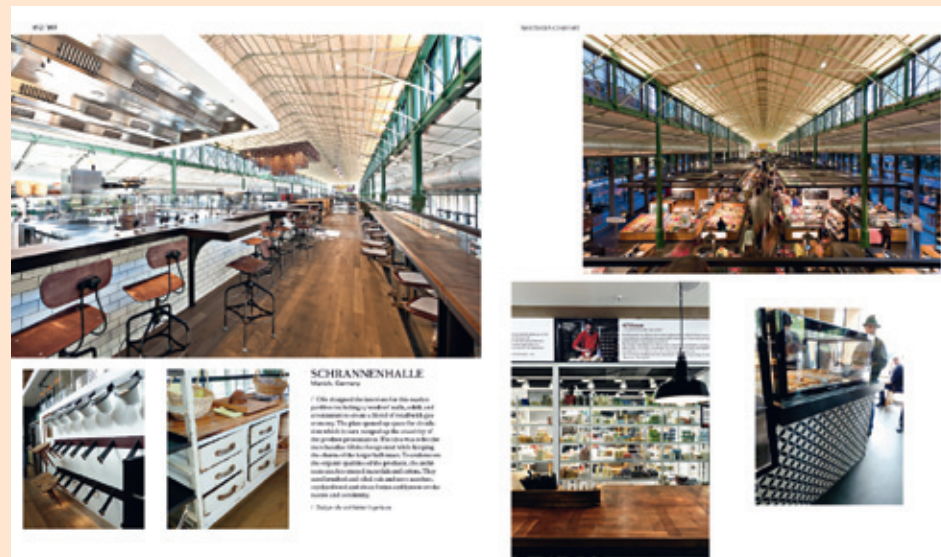
Ausgehen, Feiern und gemeinsames Genießen sind nahezu Grundbedürfnisse des Menschen. Gerade im Zeitalter von digitalem Networking und Social Media nimmt der Bedarf nach realen Begegnungen und echten Erlebnissen erkennbar zu. Der Ort, an dem man isst und trinkt, spielt dabei eine fast ebenso wichtige Rolle wie die Gesellschaft, in der man sich dabei befindet. Je ausgefallener und authentischer die Umgebung, desto aufregender und denkwürdiger die Erinnerung. Designer, Architekten, Innenausatter, Künstler und Gastronomen in aller Welt arbeiten daran,

solch ungewöhnliche Treffpunkte zu schaffen, um Freunde, Partner, Geschäftsleute oder Unbekannte zusammenzuführen.

Let's Go Out! liefert einen aktuellen Überblick jenseits des klassischen Zuschnitts von Restaurant, Cocktailbar oder Club.

Die Projekte in *Let's Go Out!* machen deutlich, wie essenziell dabei Konzept und Einrichtung zum Erleben von Essen und Trinken beitragen. Diese inspirierenden Beispiele sprechen alle Sinne an und verfeinern mit dem Geschmack auch das visuelle Bewusstsein.

[1] „Im 288-seitigen Bildband findet sich so manches Juwel zeitgenössischer Inneneinrichtung.“ SCHOENER-WOHNEN.DE



Der wahre Luxus ist, anders zu reisen – sich Zeit zu nehmen für besondere Orte und einmalige Erlebnisse.

Die Welt ist klein geworden. Reisen ist einfach, preiswert und kein echter Luxus mehr. Aber es gibt sie noch, die einmaligen Orte und Erlebnisse. Die besonderen Momente, für die man eine Reise unternimmt, egal ob mit kleinem oder großem Budget.

Once in a Lifetime stellt die neue Art zu reisen und zu verweilen vor. Der wahre Luxus ist es, sich Zeit zu nehmen für besondere Orte, unvergessliche Erlebnisse und Gelegenheiten. Ob nah oder fern, es geht um Reiseziele, die einen die Welt und sich selbst neu entdecken lassen. Allein dafür sind sie eine Reise wert.



Von verwunschenen Baumhaushotels und Glampingplätzen zu wunderbaren Eco- und Wellness-Resorts. Von Farmen zum Mitmachen über glamouröse Häuser, Züge und Schiffe bis zu schlichten Hotels an spektakulären Orten. Egal wo, es geht nicht um oberflächlichen Pomp, sondern um eine bewusste Entscheidung für Qualität und Entschleunigung.

[2] Mitherausgeberin und Autorin der Texte in *Once in a Lifetime* ist die renommierte Journalistin **MARIE LE FORT**. Über Reisen und Design schreibt sie regelmäßig für Zeitschriften wie *Wallpaper**, *Numéro* und die *Louis Vuitton City Guides*.

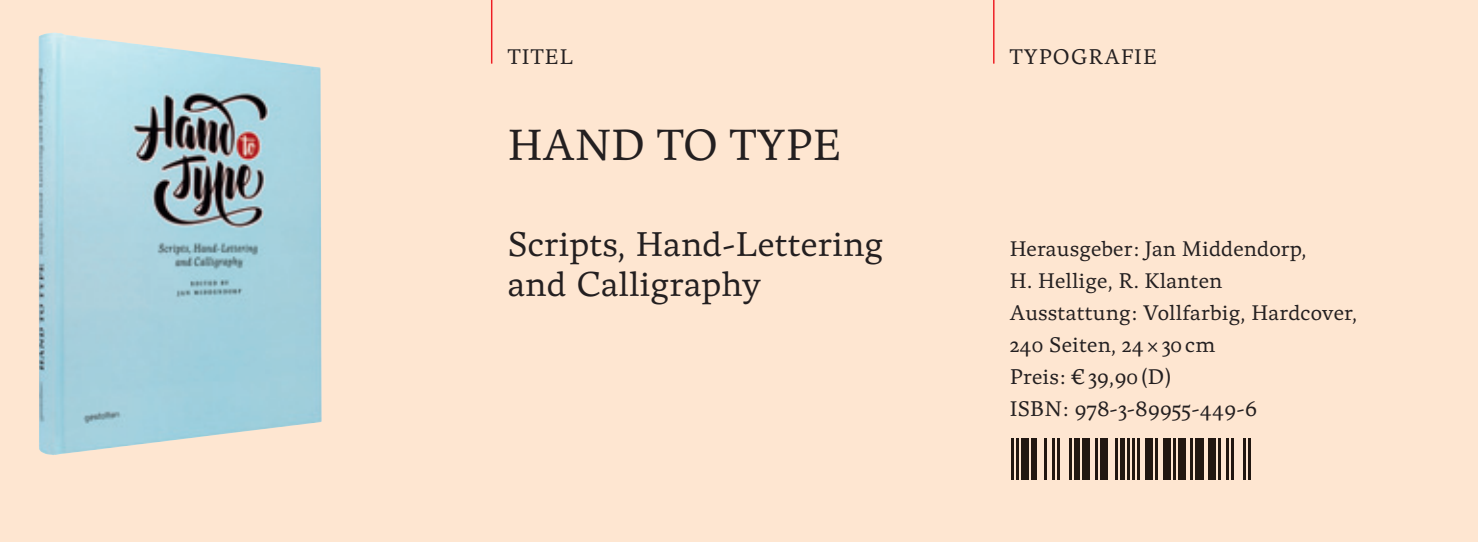
[1] „Wenn Sie das Buch *ONCE IN A LIFETIME* in die Hand nehmen, ist es um Sie geschehen.“ GEO.DE



[1] „Wer dieses Buch in den Händen hält, wird von Fernweh übermannt.“ WOHNREVUE

[1] „Dieser Bildband zeigt die schönsten Orte der Welt, an denen man mal übernachtet haben sollte – vom Baumhaus bis zum Supernobehotel.“ GQ.DE





Von der Schönheit und Kunst, handgeschriebene Schriften zu gestalten.

Hand to Type ist eine Sammlung von hand-gefertigten und digitalen Schriftarten, die die Schönheit der handgeschriebenen Schriftform präsentiert. Eine Reihe von den aktuell erfolgreichsten und originellsten Schriftkünstlern wird im Buch mit ihren bemerkenswerten Kalligrafien und Schriftzügen vorgestellt. Neben Schriftkünsten im lateinischen Alphabet sind auch kyrillische, arabische und griechische Schreibschriftarten vertreten.

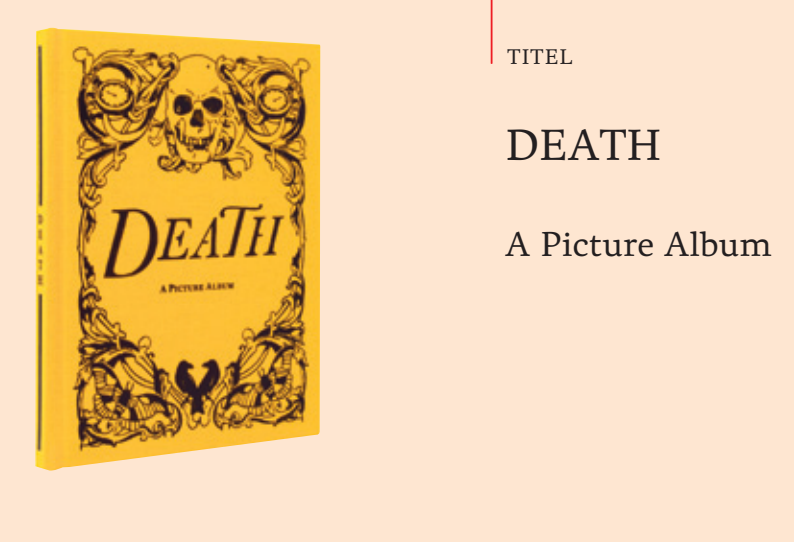
Die reichlichen visuellen Beispiele im Buch sind durch aufschlussreiche Interviews ergänzt, die Redakteur Jan Midden-



dorp mit herausragenden Kalligrafen und Schreibkünstlern durchgeführt hat. *Hand to Type* bietet auch seltene Einblicke in die Umwandlungsprozesse von handgearbeiteten Buchstaben in digitale Fontdateien. Renommierete Gastautoren führen in die Entstehungsgeschichte von weniger vertrauten Skripten ein, wie zum Beispiel arabische und indische Schriftsysteme, einmalige Druckschriften der Schulbücher des Vorkriegsdeutschlands sowie Handbeschriftungen, die früher die Amsterdamer Kneipenfenster verzierten.

Hand to Type enthält Interviews mit Ken Barber, Timothy Donaldson, Tony Di Spigna, Gemma O'Brien, Luca Barcellona, Niels

Shoe Meulman, Brody Neuenschwander, Gabriel Martinez Meave und Reza Abedini. Mit Beiträgen von folgenden Designern: Francesca Biasetton, Alison Carmichael, Allan Daastrup, Louise Fili, Cláudio Gil, Gray 318, Cyrus Highsmith, Brian Jaramillo, Seb Lester, Letman, Gabriel Martínez Meave, Erik Marinovich, Marina Marjina, Laura Meseguer, Greg Papagrigoriou, Alejandro Paul, Stephen Rapp, Ricardo Rousselot, Paul Shaw, Wissam Shawkat, Dana Tanamachi, John Stevens, Underware, Laura Worthington und anderen. Enthält Sonderkapitel von folgenden Autoren: Nadine Chahine, Rick Cusick, Ramiro Espinoza, Kimya Gandhi und Dan Reynolds, Patrick Griffin, Florian Hardwig, Shoko Mugikura und Alexei Vanyashin.

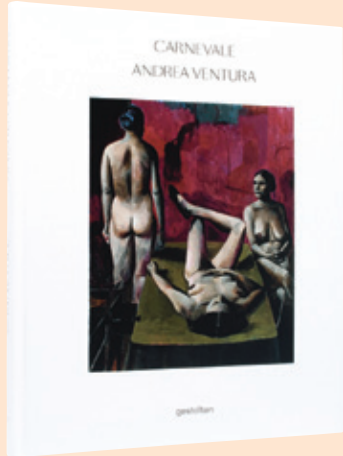


Verstörend, makaber und bewegend.

Die Bilder in diesem Buch erzählen von unserem innigen Wunsch, Frieden mit dem Tod zu machen. Sie entstammen der spektakulären Sammlung von Richard Harris, einem Kunstdruckhändler aus Chicago mit einer Leidenschaft für den Tod in all seinen Facetten. Das Album zeigt Werke aus unterschiedlichsten Epochen und Traditionen sowie von ebenso unterschiedlichen Orten. Arbeiten von Linda Connor, Robert Mapplethorpe, Andy Warhol, Otto Dix und Francisco de Goya treffen auf frühneuzeitliche Vanitas-Gemälde, japanische Ukiyo-e-Holzschnitte, Fotografien mexikanischer Totenkulte und unheimliche Schnappschüsse aus den 1900ern, in denen man sich mit Skeletten und Totenschädeln porträtieren ließ.

Unterteilt in fünf Kapitel, die jeweils von einem kurzen Einleitungstext begleitet werden, konfrontiert uns das Buch mit den vielen verschiedenen Gesichtern des Todes, von brutal und grausam hin zu gütig und spielerisch – der Tod als Freund und als Feind. Auf schreckliche, schöne Art erinnert uns das Buch an jenes Ende, das uns alle erwartet.





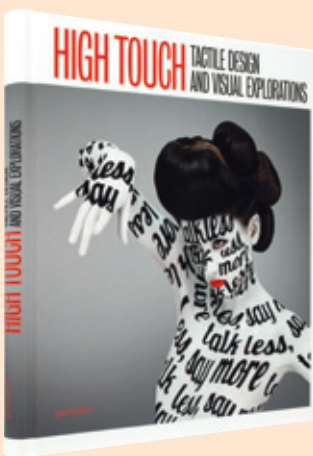
CARNEVALE—ANDREA VENTURA

An Autobiography

Kategorie: Kunst
Von: Andrea Ventura
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover,
176 Seiten, 24 × 30 cm
Preis: € 39,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-496-0



Carnevale ist Andrea Venturas erste Monografie und zugleich Autobiografie. Das Buch dokumentiert seine Faszination für das Alltägliche. Wie ein roter Faden ziehen sich die Stationen seines Lebens durch seine Malerei. Venturas Blick ist existenzialistisch, sein Stil expressionistisch. Ob karge Innenräume, Denkmäler, Außenansichten, Friedhöfe, nüchterne Stillleben oder leere Badezimmer – mit einem Lichteinfall, der die Stille erhellt, macht er das Belanglose besonders und fixiert es in einer melancholischen Aura. Zwischen Mailand, Rom, New York, Paris, Venedig und Berlin fungieren persönlich-verletzliche und gleichzeitig distanzierte Akte und Porträts als autobiografische Abstandhalter, die das eigene Leben umreißen.



HIGH TOUCH

Tactile Design and Visual Explorations

Kategorie: Grafikdesign
Herausgeber: R. Klanten, M. Hübner
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover,
224 Seiten, 24 × 28 cm
Preis: € 39,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-444-1



High Touch ist ein Begriff aus der Gestaltungstheorie und beschreibt eine zugängliche, menschliche Designsprache. Das Buch *High Touch* stellt aktuelle Arbeiten vor, die diesen Begriff zeitgemäß bereichern. Es präsentiert innovative, oftmals handgemachte Gestaltung, deren Reichtum auf der freien Verwendung aller zugänglichen Materialien und Stilmittel beruht – stets mit dem Anspruch, die Palette der visuellen Möglichkeiten sinnvoll zu erweitern. *High Touch* zeigt, dass die Breite der Anwendungen dieser Designsprache enorm ist. Von der Werbung über die Markeninszenierung und Fotografie bis hin zu Produktdesign, Bühnenbild und Szenografie bewegen sich die tatsächlichen oder naheliegenden Einsatzgebiete der versammelten Arbeiten.



FABRICA GRAFICA—JAN VAN DER VEKEN

Kategorie: Illustration
Von: Jan Van Der Veken
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover,
128 Seiten, 21 × 26 cm
Preis: € 25 (D)
ISBN: 978-3-89955-498-4



In Belgien zählen Comic und Illustration so fest zum kulturellen Selbstverständnis wie in Frankreich etwa die Mode, gutes Essen und Filme. Jan Van Der Veken hat als Illustrator einen persönlichen Stil entwickelt, der den Internationalen Stil, Art déco und belgische Comictradition zu einer ebenso zeitlosen wie modernen Bildsprache vereint. Angelehnt an Hergés ikonischen Atomstyle und Ligne claire hat Van Der Veken es mit seinen Buchtiteln, Postern und Illustrationen geschafft, die rational-optimistische Aufbruchstimmung zur Mitte des 20. Jahrhunderts einzufangen und eine Brücke zwischen kosmopolitischem Lifestyle, Design, Grafik und den zeitlosen Großmeistern der belgischen Comic- und Illustrationsschule zu schlagen.



VISUAL STORYTELLING

Inspiring a New Visual Language

Kategorie: Grafikdesign
Herausgeber: R. Klanten, S. Ehmann, F. Schulze
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover,
256 Seiten, 24 × 30 cm
Preis: € 44 (D)
ISBN: 978-3-89955-375-8



Eine neue Generation von Kreativen erweitert gerade die Bandbreite der Formen visuellen Erzählens. Sie nutzt Grafikdesign, Infografik, Illustration und Fotografie, um Informationen in ebenso neuartiger wie unterhaltsamer Weise zu vermitteln. *Visual Storytelling* ist das erste Buch, das sich ausschließlich auf zeitgemäße und experimentelle visuelle Erscheinungsformen und Erzählweisen fokussiert, die sich explizit als solche klassifizieren lassen. Die hier präsentierte Auswahl bahnbrechender Beispiele wird mit Interviews mit *The New York Times*, Francesco Franchi, Density Design, Carl Kleiner, Antoine Corbineau, Golden Section Graphics, Les Graphiquants und Peter Grundy kontextualisiert und eingehend erläutert.





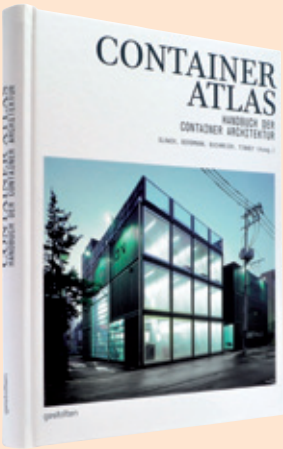
KOREA—KOREA

Ein Fotoprojekt von Dieter Leistner

Kategorie: Fotografie
Herausgeber: K. Klemp, H.-C. Ahn, M. Wagner K
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover,
zweisprachig: Deutsch / Englisch
120 Seiten, 23 × 28 cm
Preis: € 19,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-487-8



Korea—Korea präsentiert einen geteilten Staat aus der Perspektive von Dieter Leistner. Der Architekturfotograf erhielt im Jahr 2006 die Gelegenheit, den öffentlichen Raum in Pjöngjang zu fotografieren. 2012 ist er nach Seoul geflogen und hat vergleichbare Orte gesucht und gefunden. Das Buch versammelt Bilder, deren visuelle Konkordanz für sich selbst spricht und auch nicht kommentiert werden soll. Zudem finden sich in diesem Band zwei Tagebuchauszüge: einmal von Philipp Sturm, der in der DDR aufgewachsen ist und 2006 zusammen mit Dieter Leistner Pjöngjang bereiste, und von Hehn-Chu Ahn, die als Kind koreanischer Eltern in Deutschland geboren und aufgewachsen ist – zwei ganz spezielle deutsche Blicke auf ein uns fremdes Land.



CONTAINER ATLAS

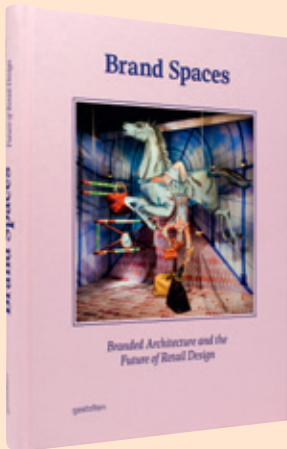
Handbuch der
Container Architektur

Kategorie: Architektur
Herausgeber: H. Slawik, J. Bergmann, M. Buchmeier, S. Tinney
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover,
256 Seiten, 24 × 30 cm, Sprache: Deutsch
Preis: € 49,90 (D)
ISBN (D): 978-3-89955-294-2



ISBN (E): 978-3-89955-286-7

Das Buch zeigt die gesamte Bandbreite aktueller Projekte aus der Container Architektur. Von Pop-up-Stores und temporären Ausstellungen bis zu mondänen Wohnhäusern und Bürogebäuden: Die Arbeiten irritieren, provozieren und inspirieren, während sie zugleich funktionale und ästhetische Maßstäbe setzen. Darüber hinaus umreißen Erfahrungsberichte von Fachleuten Pläne und Kosten und bieten Lösungsansätze für konkrete Problemstellungen. Für Architekten, Planer, Kulturaktivisten, Event- und Marketing-Manager wird deutlich, ob und wann welcher Container für ein anstehendes Projekt am besten geeignet ist.



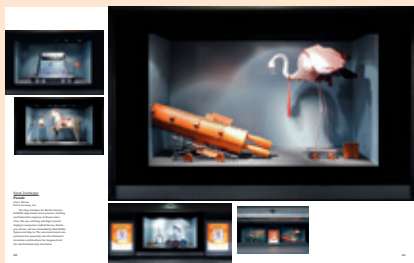
BRAND SPACES

Branded Architecture and the Future
of Retail Design

Kategorie: Architektur
Herausgeber: S. Ehmann, S. Borges
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover,
240 Seiten, 24 × 30 cm
Preis: € 39,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-477-9



Markenkommunikation wird anspruchsvoller und abwechslungsreicher. Neben der konsequenten Umsetzung von Corporate Designs gewinnt die räumliche Inszenierung von Marken massiv an Bedeutung. *Brand Spaces* zeigt, wie die Vorreiter und Impulsgeber dieser Entwicklung Markenwelten, Eventlocations, Flagship-Stores und Pop-up-Shops nutzen, um ihre Zielgruppen immer wieder neu zu überraschen und zu begeistern. Entscheider von globalen Marken wie Camper, Aesop, Freitag, Gaggenau oder Nokia geben Auskunft über ihre Konzepte und Strategien. Darüber hinaus bietet *Brand Spaces* eine aktuelle Zusammenfassung internationaler Trends im Shop-Interior-Design. Hier erweisen sich gerade auch kleine Marken und lokale Händler als wegweisend.



WEIL DESIGN DIE WELT VERÄNDERT...

Texte zur Gestaltung

Kategorie: Grafikdesign
Herausgeber: F. von Borries, J. Fezer
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover,
256 Seiten, 14 × 21 cm, Sprache: Deutsch
Preis: € 24,90 (D)
ISBN (D): 978-3-89955-475-5



Design ist ein fester Bestandteil der modernen Welt. Lebens- und Kommunikationsmittel, Räume, Möbel, Kleider – so ziemlich alles, was uns im Alltag begegnet, ist gestaltet. Doch theoretische Auseinandersetzungen mit dem Thema Gestaltung scheinen im deutschsprachigen Raum rar. Dabei gewinnt die Thematik nicht nur an Präsenz, sondern auch an Komplexität und Verantwortung. Während Design einst vor allem funktionieren musste, soll es heute zusätzlich noch inspirieren, definieren, vermitteln, differenzieren und verbessern. Dieses Buch trägt mit einer anregenden Sammlung von interdisziplinären Projekt- und Textbeiträgen renommierter Gestalter und Autoren dazu bei, den gestaltungs-spezifischen Diskurs zugänglich und verständlich zu machen.





TIMESTORY

The Illustrative Collages of Lorenzo Petrantoni

Kategorie: Illustration
 Von: Lorenzo Petrantoni
 Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover,
 240 Seiten, 24 × 30 cm
 Preis: € 39,90 (D)
 ISBN: 978-3-89955-480-9



Lorenzo Petrantoni zählt zu den weltweit gefragtesten Magazin-illustratoren. Kleinteilig zusammengesetzt und doch großzügig angelegt, stechen seine wirklich einzigartigen Collagen wohl-tuend aus dem Einerlei der Werbegrafik und der Magazingestal-tung heraus. In seinen Wimmelbildern vermählt der Italiener Punk und Viktoriana – und kommentiert damit gleichzeitig das aktuelle Weltgeschehen. Seine erste umfangreiche Werk-schau versammelt neben ausgewählten Arbeiten aus seinem pri-vaten Archiv auch Auftragsarbeiten für *Newsweek*, *The New York Times*, *The Washington Post*, *The Wall Street Journal*, *La Repubblica* und *Libération* sowie Kampagnenmotive für Coca-Cola, Urban Outfitters, Nespresso, Burton, Swatch und Bosch.



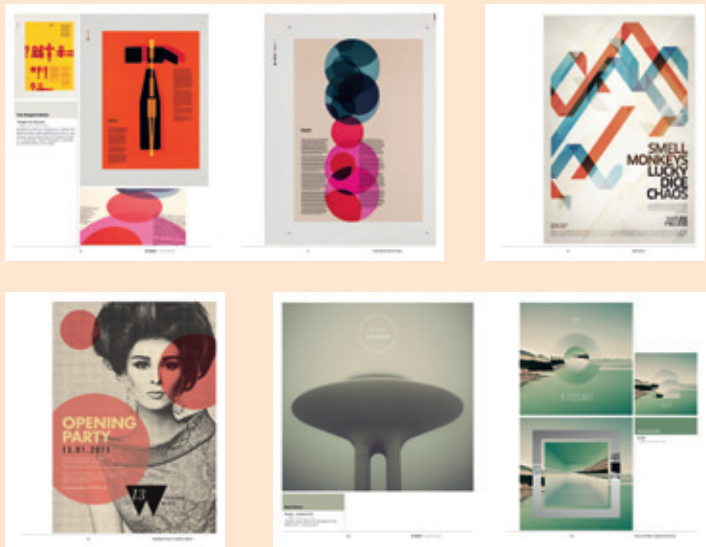
ECHOES OF THE FUTURE

Rational Graphic Design & Illustration

Kategorien: Grafikdesign, Illustration
 Herausgeber: R. Klanten, H. Hellge
 Ausstattung: Vollfarbig, Softcover,
 176 Seiten, 24 × 28 cm
 Preis: € 35 (D)
 ISBN: 978-3-89955-413-7



Heute beziehen junge Grafiker zunehmend Prinzipien der klas-sischen Moderne und anderer Stile der Vergangenheit wie Let-terpress in den Gestaltungsprozess ein. Statt sie zu kopieren, werden sie so synthetisiert, dass eine neue Ästhetik daraus ent-steht, die trotzdem hochwertig, zeitlos und nachhaltig wirkt. Erst wenn man historische Beispiele von Gebrauchsgrafik betrachtet, wird einem klar, wie deutlich die heutigen Arbeiten sich davon unterscheiden. *Echoes of the Future* zeigt die weitere Evolution dieser aktuellen gestalterischen Entwicklung. Das Buch ist eine inspirierende Kollektion von hervorragenden Arbeiten, die ein kollektives visuelles Gedächtnis bedienen und dabei ebenso zeit-gemäß wie zeitlos sind.



TAKEN BY SURPRISE

Cutting-Edge Collaborations between Designers, Artists and Brands

Kategorien: Style, Architektur
 Herausgeber: R. Klanten, S. Ehmann,
 A. Sinofzik
 Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover,
 288 Seiten, 24 × 30 cm
 Preis: € 49,90 (D)
 ISBN: 978-3-89955-421-2



Taken By Surprise präsentiert Kommunikationsmaßnahmen, die so geschickt geplant und aufgestellt sind, dass sie sich im Fluss des Informationszeitalters nahezu von selbst verbreiten. Die hier versammelten Exklusiv-Events, sagenhaften Messestände, begehrten Werbegeschenke und einzigartigen Guerilla-Kampagnen machen Zielgruppen zu Botschaftern, Kunden zu Kollaborateuren und Konsum zum Erlebnis. Die Bandbreite an Beispielen reicht von einfallsreichen Produkten bis hin zu Signa-ture-Kollaborationen, die im Zusammenspiel von Marken, Künst-lern und Designern entstanden sind. Porträts von Innovatoren wie Maison Martin Margiela und Bompas & Parr verleihen Einblick in den strategischen Prozess ihrer Entstehung und Umsetzung.



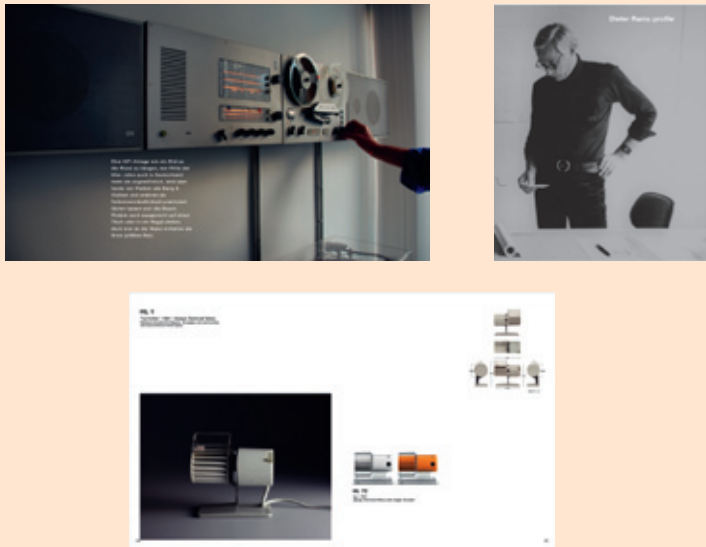
LESS AND MORE

The Design Ethos of Dieter Rams

Kategorie: Produktdesign
 Herausgeber: K. Klemp, K. Ueki-Polet
 Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover,
 zweisprachig: Englisch / Deutsch
 808 Seiten, 19 × 23 cm
 Preis: € 49,90 (D)
 ISBN: 978-3-89955-397-0



In seiner über 40-jährigen Tätigkeit bei Braun hat sich Dieter Rams zweifellos als einer der einflussreichsten Designer des 20. Jahrhunderts etabliert. Seine klare und elegante visuelle Sprache hat nicht nur das Produktdesign über Jahrzehnte geprägt, sondern ebenso das grundlegende Verständnis davon, was Design über-haupt ist, kann und soll. Das Designverständnis von Dieter Rams wird in *Less and More* ausgiebig erklärt. Das Buch vereint Bilder von Hunderten von Rams' gestalteten Produkten sowie Skizzen und Modellen – von Braun-Stereoanlagen bis zu den Regalsyste-men, die er für Vitsø geschaffen hat. Diese Arbeiten werden nicht nur durch zahlreiche Fotos präsentiert, sondern durch neue Texte internationaler Designexperten aktuell eingeordnet.



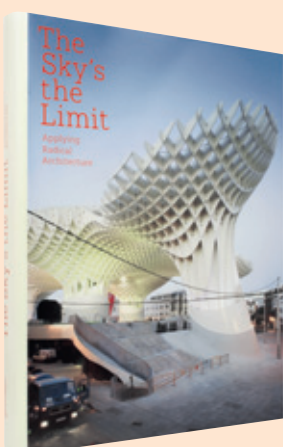
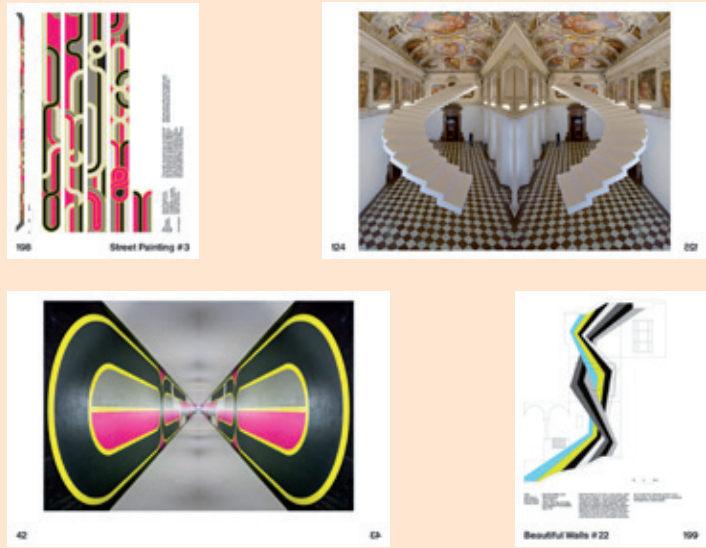


LANG/BAUMANN: MORE IS MORE

Kategorien: Architektur, Kunst
Herausgeber: S. Lang, D. Baumann
Ausstattung: Vollfarbig, Leinen-Hardcover,
240 Seiten, 21 x 28 cm
Preis: € 39,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-481-6



Die Schweizer Künstler Lang/Baumann sind bekannt für ihre außergewöhnlichen Interventionen, mit denen sie sowohl den öffentlichen Raum auf radikale Weise verändern als auch institutionelle Kunsträume besetzen. Wie diese Monografie beweist, sind ihre bunten, rigorosen und experimentellen Projekte ein Aufruf zu mehr Mut, mit markanten temporären Installationen versteckte Welten zu inszenieren. Mit Fokus auf ihre 40 jüngsten Projekte gewährt *More is More* einen kaleidoskopartigen Einblick in Lang/Baumanns innovative Arbeit. Das atemberaubende Material wird dabei zusätzlich durch Projektpläne, Darstellungen, Analysen, technische Zeichnungen sowie durch drei Essays und ein Interview ergänzt. Denn: Mehr ist mehr!



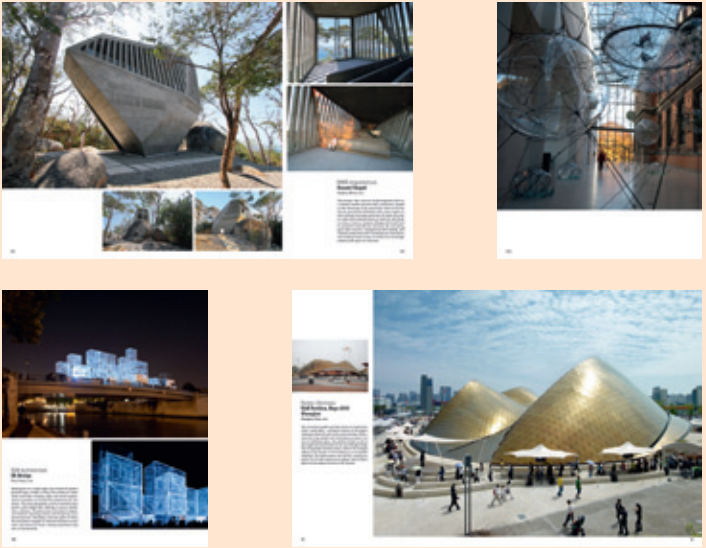
THE SKY'S THE LIMIT

Applying Radical Architecture

Kategorie: Architektur
Herausgeber: R. Klanten, S. Ehmann, S. Borges
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover,
288 Seiten, 24 x 30 cm
Preis: € 49,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-422-9



In der Architektur scheint nichts mehr unmöglich. Jede Form, jeder Raum, jede noch so visionäre oder absurde Idee scheint nicht nur denkbar, sondern auch technisch machbar. Dank moderner Materialien und digitaler Konstruktionswerkzeuge entstehen ebenso skulpturale wie atmosphärische Räume, Gebäude und Installationen in denen – trotz ihrer Radikalität – darin gelebt und gearbeitet wird. *The Sky's the Limit* präsentiert die neuen Möglichkeiten unmöglicher Räume und Gebäude von jungen und etablierten Talenten aus aller Welt. Die gezeigten Beispiele fordern Architekten, Ingenieure, Interior Designer, Künstler, Messebauer, Materialexperten und Ausstellungsplaner gleichermaßen heraus, neu zu sehen, weiter zu denken und anders zu bauen.



GOING PUBLIC

Public Architecture, Urbanism and Interventions

Kategorie: Architektur
Herausgeber: R. Klanten, S. Ehmann, S. Borges, L. Feireiss
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover,
272 Seiten, 24 x 30 cm
Preis: € 49,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-440-3



Going Public präsentiert die kreative Erneuerung unserer städtischen und außerstädtischen Landschaften. Die hier aufgeführten Projekte zielen auf unterschiedlichste Ansätze, wie z.B. die Förderung der zwischenmenschlichen Kommunikation und Stärkung des kommunalen Bewusstseins bis hin zu einem Entwurf zur verbesserten Teilhabe und Verbundenheit mit der Natur. Neben Transformationen von bestehenden Plätzen und Parks zeigt *Going Public* eine Vielfalt an Bauten und Installationen, die neu errichtet wurden. Zwischen offensichtlich und subtil sowie kurzlebig und nachhaltig variieren die Architekturprojekte und Designansätze in *Going Public* und bieten inspirierende und überraschende Interpretationen unserer öffentlichen Umgebung.



HOMECOMING

Contextualizing, Materializing and Practicing the Rural in China

Kategorie: Architektur
Herausgeber: Ch. Lange, J. Bolchover, J. Lin
Ausstattung: Vollfarbig, Softcover,
184 Seiten, 18,5 x 26 cm
Preis: € 29,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-504-2



Homecoming präsentiert Arbeiten einer aufstrebenden Generation chinesischer Architekten, die mit einzigartigem Design und individueller Arbeitsweise gegen den allgemeinen städtischen Massenbau und den Imperialismus fremder Baukultur angethen. Gerade durch die Rückbesinnung auf lokale Traditionen hat sich hier in den letzten Jahren eine architektonische Avantgarde begründet. Das Buch beleuchtet die Positionen in der aktuellen Debatte um Chinas Urbanisierung und die Funktion der Architektur inmitten dieser. Randvoll mit aktuellen Theorien wie auch Arbeitsansätzen und inspirierenden Geschichten, bildet dieses Buch ein Kompendium für Architekten und Stadtplaner – aber auch für alle, die die zukünftige Baukultur Chinas beschäftigt.





READY TO PRINT

Handbuch für Mediengestalter

Kategorien: Grafikdesign, Typografie

Von: Kristina Nickel

Ausstattung: Vollfarbig, PVC-Cover, Lesebändchen,

288 Seiten, 21 × 26 cm

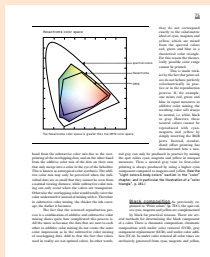
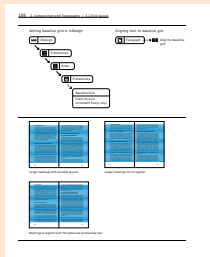
Preis: € 49,90 (D)

ISBN (D): 978-3-89955-310-9



ISBN (E): 978-3-89955-325-3

Ready to Print ist ein praxisorientiertes Handbuch. Das umfangreiche Nachschlagewerk weicht den Leser in wesentliches Grundwissen für die Aufbereitung von Druckdaten ein und ermöglicht so eine optimale Planung der einzelnen Arbeitsgänge in der Druckvorstufe und der Produktion. Die Texte mit zahlreichen erläuternden Grafiken vermitteln handfestes Wissen klar und anschaulich. Von den Eigenschaften verschiedener Papiersorten über die Erstellung farbverbindlicher Proofs bis hin zu den empfohlenen Programmeinstellungen für die Erzeugung eines druckfähigen PDFs zeigt *Ready to Print* Möglichkeiten auf und weist auf Einschränkungen hin. Kurzum: Dieses Buch ebnet allen Gestaltern den Weg zu einem bestmöglichen Printprodukt.



DER KLEINE BESSERWISSER

Grundwissen für Gestalter

Kategorien: Grafikdesign, Typografie

Herausgeber: R. Klanten, M. Mischler, S. Bilz

Ausstattung: Vollfarbig, Flexicover, Lesebändchen,

384 Seiten, 12 × 16,5 cm

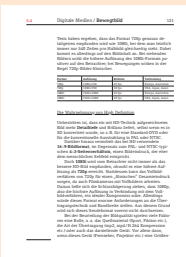
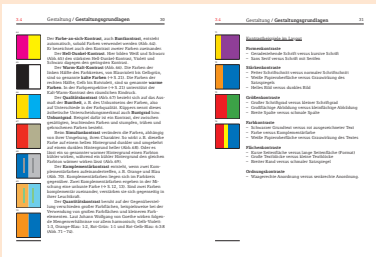
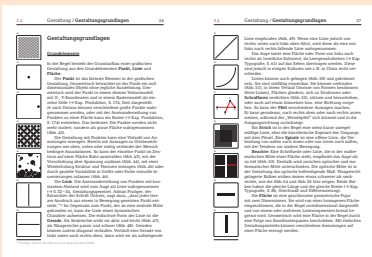
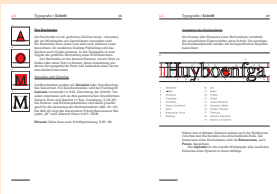
Preis: € 32 (D)

ISBN (D): 978-3-89955-347-5



ISBN (E): 978-3-89955-348-2

Der kleine Besserwisser beinhaltet unerlässliches Grundwissen für die Gestaltungsbranche. Die aktualisierte Ausgabe dieses Handbuchs bietet genau jenes interdisziplinäre Know-how, das die inhaltliche und gestalterische Verflechtung der verschiedenen Medien sowie die zunehmenden Einflüsse angrenzender Disziplinen heutzutage den Designern abverlangen. Es ist thematisch klar gegliedert in die Kapitel Gestaltung, Typografie, Digitale Medien, Produktion, Marketing, Recht und Organisation und eignet sich hervorragend zum schnellen Nachschlagen von Begriffen, zum Einlesen in die Materie und zum Aktualisieren und Auffrischen von Fachwissen.



LEARN FOR LIFE

New Architecture for New Learning

Kategorie: Architektur

Herausgeber: S. Ehmann, S. Borges, R. Klanten

Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover,

288 Seiten, 24 × 30 cm

Preis: € 44 (D)

ISBN: 978-3-89955-414-4



Learn for Life versammelt ein breites Spektrum anregender Beispiele von Architektur und Räumlichkeiten, die progressive und kollaborative Lernmodelle unterstützen. Neben klassischen Orten für das Lernen wie Kindergärten, Schulen, Universitäten, Bibliotheken und Bildungszentren, die neu durchdacht sind, präsentiert das Buch auch kommerzielle Projekte, deren architektonische Innovation uns zu neuen Vorstellungen vom Arbeiten in Büros, Unternehmenszentralen, Konferenzräumen, Tagungsräumen und Laboren führt. Diese werden durch experimentellere Projekte wie flexible, informelle und temporäre Installationen und Ausstellungen ergänzt, die weitere Aspekte des sich rasant entwickelnden Bereichs Lernen im neuen Millennium aufdecken.



TYPE NAVIGATOR

The Independent Foundries Handbook

Kategorie: Typografie

Herausgeber: J. Middendorp, TwoPoints.Net

Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, inkl. CD-ROM,

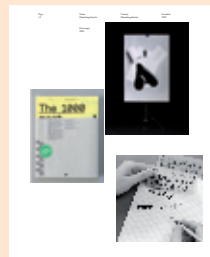
320 Seiten, 24 × 30 cm

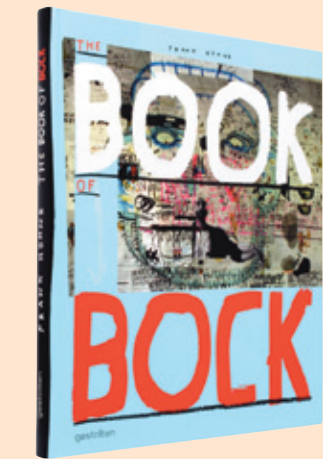
Preis: € 49,90 (D)

ISBN: 978-3-89955-377-2



Type Navigator ist ein umfassendes Handbuch der weltweit besten unabhängigen Anbieter hochwertiger Schriften. Neben vielen Beispielen und konkreten Anwendungen von Schriften und Alphabeten runden kompakte Profile der Foundries und Designer dieses unerlässliche Kompendium ab. Diverse Interviews zeigen, wie die kreativen Visionen der Betreiber die Eigenschaften ihrer Font Libraries beeinflussen. *Type Navigator* ist somit ein wertvolles Nachschlagewerk für alle, die sich einen neutralen Überblick über das aktuelle Angebot moderner Schriften und stilprägender Schriftgestalter verschaffen möchten. Dem Buch ist ein Datenträger mit hundert kostenlosen Schriftschnitten von 20 ausgewählten Foundries beigelegt.



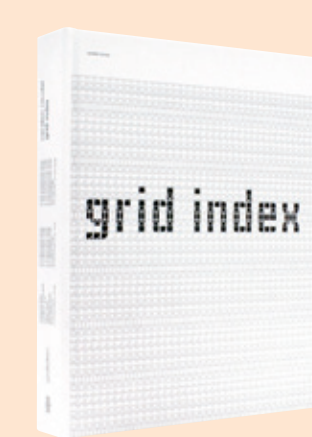
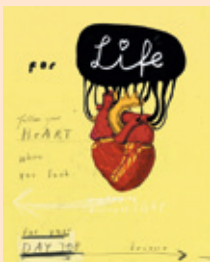


THE BOOK OF BOCK

Kategorie: Illustration
 Von: Frank Höhne
 Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover,
 160 Seiten, 21 × 26 cm
 Preis: € 29,90 (D)
 ISBN: 978-3-89955-456-4



Die Lust, die Frank Höhne am Zeichnen hat, spricht aus jeder seiner Arbeiten, und sein schräger Humor ist ansteckend. Sein Stil ist eigenwillig, manchmal kindisch naiv. In *The Book of Bock* liefert der angesagte Illustrator seine einzigartige Perspektive auf die Berufswahl des Illustrators und wie man die Freude an der Arbeit beibehält. Egal, ob man selbst kreativ arbeitet oder nicht, die leidenschaftliche, mit viel Wortwitz geschmückte illustrierte Reise durch Höhnes Welt macht einfach totalen Bock, wie er sagen würde. Frank Höhne ist von den Dingen inspiriert, die ihn zum Menschen machen. Dazu sagt der Berliner: „Eine Darmspiegelung ist für mich achtmal mehr Input als ein Museum für angewandtes Irgendwas.“

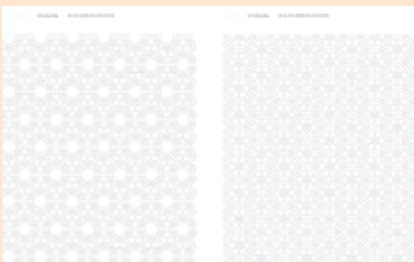
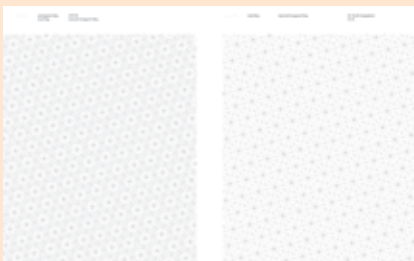


GRID INDEX

Kategorien: Grafikdesign, Kunst
 Von: Carsten Nicolai
 Ausstattung: s/w, Hardcover, inkl. CD-ROM,
 312 Seiten, 18,5 × 23 cm
 Preis: € 39,90 (D)
 ISBN: 978-3-89955-241-6



Grid Index dokumentiert anschaulich, wie Carsten Nicolai in mehrjähriger Forschung systematisch ein Alphabet an Mustern, von simplen bis zu hochkomplexen Strukturen, freigelegt hat. Das Buch ist als erstes umfassendes Lexikon visueller Raster das maßgebliche Nachschlagewerk für Designer, Architekten, Forscher, Mathematiker und Wissenschaftler. Der beigelegte Datenträger bietet ihnen einen vielseitig und mühelos anzuwendenden Index; die mitgelieferten Files lassen sich in den unterschiedlichsten Bereichen der visuellen Kultur problemlos und programmübergreifend nutzen.



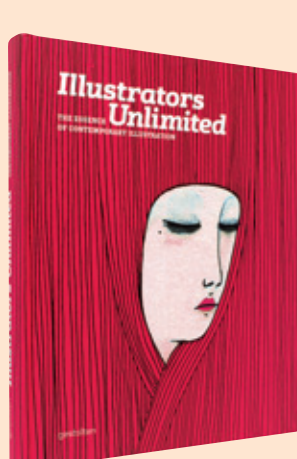
BLACK ANTOINETTE

The Work of Olaf Hajek

Kategorien: Illustration, Kunst
 Von: Olaf Hajek
 Herausgeber: R. Klanten, H. Hellige
 Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, 152 Seiten, 24,5 × 33 cm
 Preis: € 39,90 (D)
 ISBN: 978-3-89955-452-6



Olaf Hajek ist einer der weltweit erfolgreichsten und bekanntesten illustrativen Künstler. Trotz der Bandbreite seiner internationalen Auftraggeber, muss Hajek keine stilistischen Kompromisse eingehen. Seine Arbeiten finden gerade wegen ihres charakteristischen Stils bei den unterschiedlichsten Kunden großen Anklang. Parallel dazu erlangen seine freien Werke stetig wachsende Beachtung auf dem Kunstmarkt. *Black Antoinette* ist eine Sammlung Olaf Hajeks aktueller Arbeiten. Das Buch beinhaltet Werke, die für Galerien kreiert wurden, sowie redaktionelle Aufträge und kommerzielle Porträts. Dr. Philipp Demandt, der Leiter der Alten Nationalgalerie in Berlin, verortet in seinem Vorwort Olaf Hajeks Werk im Spannungsfeld zwischen Kunst und Auftragsarbeit.



ILLUSTRATORS UNLIMITED

The Essence of Contemporary Illustration

Kategorie: Illustration
 Herausgeber: R. Klanten, H. Hellige
 Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, 288 Seiten, 24 × 30 cm
 Preis: € 44 (D)
 ISBN: 978-3-89955-371-0



Illustrators Unlimited präsentiert Arbeiten wegweisender Illustratoren aus aller Welt. Sie arbeiten unabhängig von modischen Strömungen und machen die nahezu unerschöpflichen Möglichkeiten des illustratorischen Ausdrucks durch eine große Bandbreite an verwendeten Mitteln und Stilen deutlich. Das Buch ist nach den hier vertretenen Illustratoren gegliedert, die alle mit zahlreichen repräsentativen Arbeiten und einem Textporträt vom Designjournalisten James Gaddy vorgestellt werden. Die Reichhaltigkeit beeindruckender Bilder und die vertiefenden Textbeiträge machen *Illustrators Unlimited* zu einem umfassenden Überblick des aktuellen Standes zeitgenössischer Illustration.



Außendienst

Deutschland

Ost / Nord
buchart
Peter Wolf Jastrow
Cotheniusstraße 4
D-10407 Berlin
Tel. +49 (0)30 447 32 180
Fax +49 (0)30 447 32 181
service@buchart.org

Süd

Michael Klein & Friederike Rother
c/o Vertreterbüro Würzburg
Huebergasse 1
D-97070 Würzburg
Tel. +49 (0)931 17 405
Fax +49 (0)931 17 410
klein@vertreterbuero-wuerzburg.de
rother@vertreterbuero-wuerzburg.de

Mitte / West

Büro für Bücher
Gerd Wagner
Tel. +49 (0)2157 12 47 01
g.wagner@buero fuerbuecher.de
Benedikt Geulen
Tel: +49 (0)2131 12 55 990
b.geulen@buero fuerbuecher.de

Schweiz

Sebastian Graf
Graf Verlagsvertretungen GmbH
Uetlibergstrasse 84
CH-8045 Zürich
Tel. +41 (0)44 46 34 228
Fax +41 (0)44 45 01 155
sgraf@swissonline.ch

Österreich

Seth Meyer-Bruhns
Böcklinstraße 26/8
A-1020 Wien
Tel / Fax: +43 (0)1 21 47 340
meyer-bruhns@yahoo.de

Auslieferungen

Deutschland / Österreich / Belgien /

Niederlande / Skandinavien /

Süd- und Osteuropa

LKG
Elisabeth Kaiser
An der Südspitze 1–12
D-04579 Espenhain
Tel. +49 (0)34206 65 107
Fax +49 (0)34206 65 17 32
ekaiser@lkg-service.de

Schweiz

Buchzentrum AG (BZ)
Denise Lehmann
Industriestrasse Ost 10
CH-4614 Hägendorf
Tel. +41 (0)62 20 92 706
Fax +41 (0)62 20 92 788
lehmannd@buchzentrum.ch

Unsere Bücher und Produkte werden weltweit durch ein internationales Netzwerk von Partnern und Vertretern vertrieben. Für alle Anfragen zum Verkauf und Vertrieb stehen wir Ihnen unter **verlag@gestalten.com** gerne zur Verfügung.

Pressekontakt

Deutschland / Schweiz / Österreich

Gestalten
Helga Beck
Tel. +49 (0)30 72 61 32 203
Fax +49 (0)30 72 61 32 222
h.beck@gestalten.com
www.gestalten.com

International

Gestalten
Lina Kunimoto
Tel. +49 (0)30 72 61 32 024
Fax +49 (0)30 72 61 32 222
l.kunimoto@gestalten.com
www.gestalten.com

Impressum

Gestalten

Die Gestalten Verlag GmbH & Co. KG
Mariannenstraße 9–10
10999 Berlin
Tel. +49 (0)30 72 61 32 200
Fax +49 (0)30 72 61 32 222
verlag@gestalten.com
www.gestalten.com

Gestalten UK

Die Gestalten Verlag UK Ltd.
65 London Wall
London EC2M 5TU
Tel. +44 (0)20 76 28 48 29
Fax +44 (0)20 76 28 48 28
UKenquiries@gestalten.com
www.gestalten.com

Gestalten US

Gestalten Corp.
900 Broadway, Suite 603
New York, NY 10003
Tel. +1(212) 99 52 720
Fax +1(212) 99 52 733
USenquiries@gestalten.com
www.gestalten.com

Änderungen bei Titeln, Ausstattung, Design, Preisen und Erscheinungsterminen vorbehalten. Redaktionsstand: Oktober 2013

Umschlagabbildung: © 2013 Laura Zalenga

Font: Malaussène Translation by Laure Afchain
Foundry: www.gestaltenfonts.com

© Die Gestalten Verlag GmbH & Co. KG, Berlin 2013
All rights reserved. Bestellnummer 9084 (englische Ausgabe Nr. 9085)

Dieser Katalog wurde gedruckt auf Papier zertifiziert vom FSC®.



Die Firma Gestalten ist klimaneutral. Wir arbeiten mit der Non-Profit-Stiftung myclimate (www.myclimate.org) zusammen, die zu den weltweit führenden Anbietern von freiwilligen Kompensationsmaßnahmen gehört. Wir investieren in emissionsreduzierende myclimate-Klimaschutzprojekte, um dieselbe Menge an klimawirksamen Emissionen wieder einzusparen, die durch unsere weltweiten Geschäftsaktivitäten anfallen. Mehr Informationen dazu: www.gestalten.com/myclimate.



