



gestalten  
Frühjahr 2013

MYSTERY  
PEOPLE

# Frühjahr 2013 / Inhalt

## Neue Titel

title	page
A Map of the World	02
Fully Booked: Ink on Paper	03
Velo—2nd Gear	04
Introducing: Culture Identities	05
Designing News	06
Northern Delights	07
Blank Slate	08
A Delicious Life	09
Rock the Shack	10
Brand Spaces	11
Joe La Pompe	12
The Design Hotels Book – Edition 2013	13
Patterns and Layering	14
Nendo	15
Weil Design die Welt verändert...	16
syn chron	17
Akatre	18
Everything Goes Right & Left If You Want It	19
Deichkind: Eine Prise Mythos	20
The Berlin Design Guide	21

## Gestalten Backlist A–Z

title	page
Ain't We Got Fun	62
Arabesque 2	67
Aram Bartholl	65
Art & Agenda	61
Behind the Zines	77
Black Antoinette	47
Book Art	73
The Book of Bock	50
Boxed & Labelled Two!	53
Brad Downey	78
Cause and Effect	31
Closer to God	69
Container Atlas	30
CRAS	49
Cutting Edges	51
cyclo. id	71
Data Flow 2	70
Delicate	52
Deutschland verstehen	22
Echoes of the Future	45
Erratic	66
Forever	27
Das geheime Cocktail-Buch	25
A Girl's Best Friends	43
Going Public	38

## Gestalten Backlist A–Z

Grid Index	72
Hand to Type	32
Henrik Vibskov	62
High Touch	28
A History of Graphic Design for Rainy Days	64
Hyperactivotypography from A to Z	64
Illustrators Unlimited	59
Impressive	75
Informotion	54
Introducing: Visual Identities for Small Businesses	34
Iron Curtain Graphics	60
The Journey of Sebastian Errazuriz	63
Der kleine Besserwisser	55
Learn for Life	42
Less and More	56
Letman	46
Let's Go Out!	35
Lingua Digitalis	40
Little Big Books	26
Lord of the Logos	74
Los Logos 6	29
Lux	63
Mathieu Lehanneur	73
The Modernist	67
Moiré Index	72
My Green City	68
Naïve	76
Neither Here Nor There	48
Nostalgia	24
Once in a Lifetime	37
Out of the Box!	69
Papercraft 2	41
Precursor	66
Pretty Ugly	44
Ready to Print	71
Sarah Illenberger	79
The Sky's the Limit	39
Studio On Fire	75
Sublime	58
Taken By Surprise	36
A Touch of Code	70
Turning Pages	77
Type Navigator	57
Urban Interventions	79
The Urban Theater	65
Utopia Forever	68
Velo	76
Visual Storytelling	33
X0000X	78
Yuko Shimizu	74



titel

# A Map of the World

untertitel

## The World According to Illustrators and Storytellers

kategorie

Grafikdesign

erscheint

bereits erschienen

herausgeber

Antonis Antoniou, R. Klanten,  
S. Ehmann, H. Hellige

ausstattung

vollfarbig, Hardcover

seiten

224

format

24,5 × 33 cm

preis

€ 39,90 [D]

isbn

978-3-89955-469-4



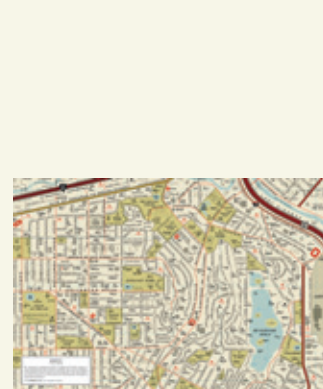
neu

über das buch

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

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.





titel

# Fully Booked: Ink on Paper

untertitel

## Design and Concepts for New Publications

kategorie

Grafikdesign

erscheint

bereits erschienen

texte

Andrew Losowsky

herausgeber

Andrew Losowsky, R. Klanten,  
M. Hübner, S. Ehmann

ausstattung

vollfarbig, Hardcover

seiten

272

format

24 × 30 cm

preis

€ 44 [D]

isbn

978-3-89955-464-9



neu

über das buch

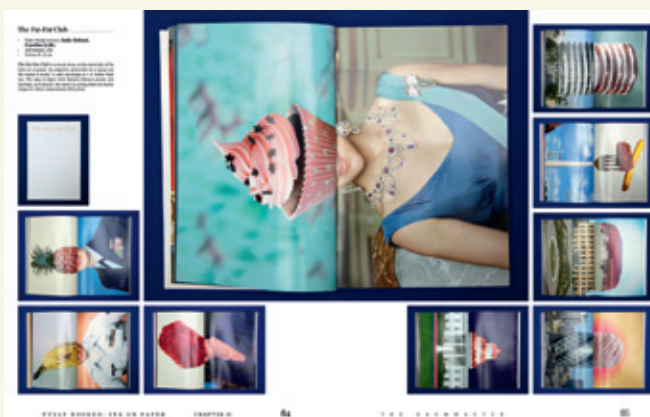
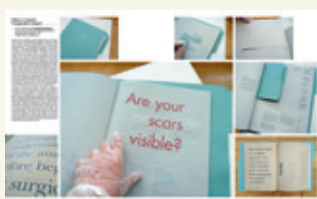
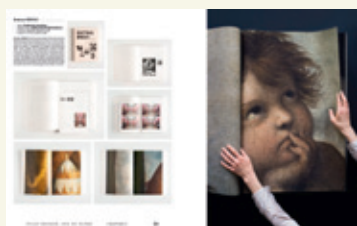
Junge Gestalter und Herausgeber läuten die wohl spannendste Ära in der Geschichte des gedruckten Buches ein.

Digitale Medien sind langweilig, und auf dem iPad sind alle Bücher gleich. Ein dickes oder dünnes, ein großes oder kleines Buch, gelesene Seiten, eine japanische Bindung, Prägung, Stanzung, Letterpress oder Goldschnitt – all das gibt es auf dem Bildschirm nicht. All das geht nur im Druck. Und so überrascht es nicht, dass junge, zeitgenössische Gestalter, Verlage, Typografen, Illustratoren und Herausgeber gerade mit voller Begeisterung eine neue Ära des Druckens einleiten.

*Fully Booked: Ink on Paper* versammelt Bücher, Magazine und andere Printprodukte, welche die Besonderheiten von Materialien, Techniken, Fertigungs- und Verarbeitungsmethoden zelebrieren und dabei immer wieder auch herausfordern. 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 Kleinstauflage gilt das ebenso wie bei besonders hochwertigen Künstler- oder Markenbüchern.

Anhand von Arbeiten aus Designstudios wie A Practice for Everyday Life, Akatre, Joost Grootens, Julia Hasting, Konst & Teknik, Niessen & de Vries, Raffinerie AG, Studio Laucke Siebein oder Two Points.Net sowie Texten des Printexperten und 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...





# titel Velo—2nd Gear

untertitel  
Bicycle Culture and Style

kategorie  
Style

erscheint  
bereits erschienen

herausgeber  
S. Ehmann, R. Klanten

ausstattung  
vollfarbig, Hardcover

seiten format  
256 24 × 28 cm

preis  
€ 38 [D]

isbn  
978-3-89955-473-1



neu

### über das buch

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.

Fahrrad fahren 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, welche danach verlangt, pedalierend unter die Pneus genommen zu werden.

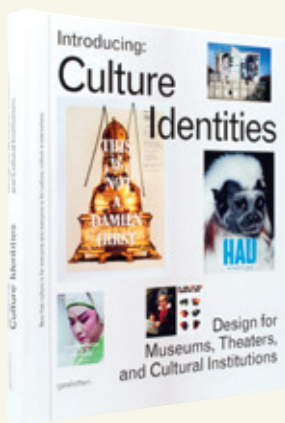
*Velo—2nd Gear* taucht in diese verschiedenen Fahrradszenen ein, zeigt Hintergründe, Zusammenhänge und Details. Ein Spektrum besonders schöner und außergewöhnlicher Fahrräder bildet den Einsteig. Darüber hinaus wird dokumentiert, wie sich neben Rädern und Zubehör auch Ausstattung und Stil der Fahrer unterscheiden. Die Wahl 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 schmachtenden 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.





titel  
**Introducing:  
Culture Identities**

untertitel  
Design for Museums,  
Theaters and Cultural  
Institutions

kategorie  
Grafikdesign

erscheint  
bereits erschienen

herausgeber  
R. Klanten, A. Sinofzik, F. Schulze

ausstattung  
vollfarbig, Hardcover

seiten format  
256 24 × 30 cm

preis  
€ 39,90 [D]

isbn  
978-3-89955-474-8



neu

über das buch

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 Kuratation. Die Kultur zeigt sich dabei außerordentlich offen und wird so zum Katalysator für wegweisende gestalterische Ausdrucksformen 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.





titel  
**Designing News**

von  
Francesco Franchi

untertitel  
Changing the World of  
Editorial Design and  
Information Graphics

ausstattung  
vollfarbig, Hardcover  
seiten format  
224 18,6 x 30 cm  
preis  
€ 49,90 [D]

kategorie  
Grafikdesign  
erscheint  
August

isbn  
978-3-89955-468-7



neu sample cover

über das buch

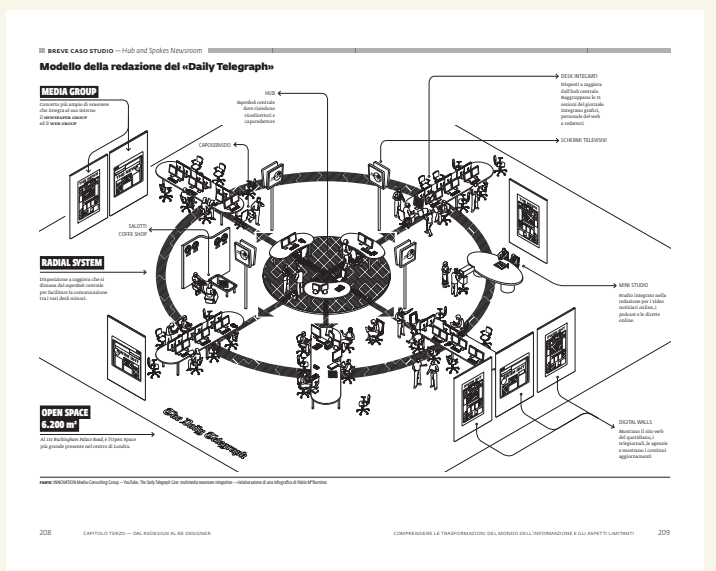
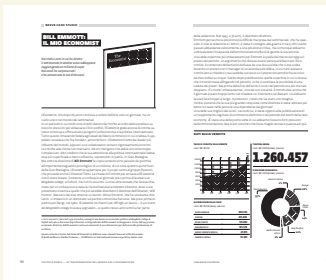
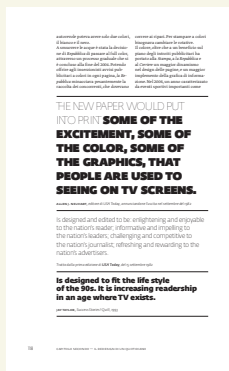
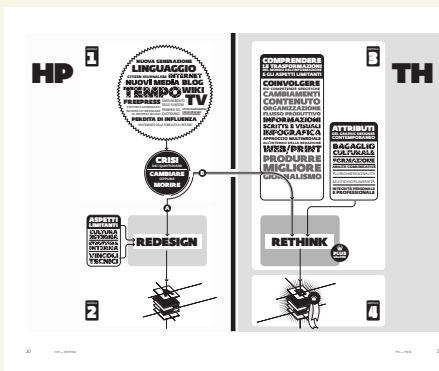
# Das visionäre Buch von Francesco Franchi über die Gestaltung von Medien und Infografiken sowie die Zukunft der Informationsvermittlung in Verlagen und Internet.

Francesco Franchi ist eine Ausnahmerecheinung 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.

In seinem Buch *Designing News* vermittelt Franchi nun seine Analysen, Sichtweisen und Erfahrungen sowie umfassende Gedanken zur Zukunft des Nachrichten- und Mediengeschäfts. Der fundamentale Wandel der Mediennutzung, das heißt im Verhalten und in der Erwartung der Leser, bringt große Herausforderungen für klassische Verlage und Rundfunkanstalten, aber auch für Journalisten und Designer mit sich.

Berichten heißt nicht nur eine Geschichte abliefern, viel mehr geht es darum, diese Story kontinuierlich und in allen relevanten klassischen und digitalen Medien angemessen zu erzählen. Von „Breaking News“ zur Analyse, vom Interview zum Kommentar, vom Fotoessay und von der Illustration zur Infografik und interaktiven Datenvisualisierung, von der Zeitung zur zuverlässigen, umfassenden Nachrichtenmarke.

Franchi beschreibt die Zusammenhänge und Chancen dieser Entwicklung, und er 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.





titel

# Northern Delights

untertitel

## Scandinavian Homes, Interiors and Design

kategorien  
Style, Architektur

erscheint  
bereits erschienen

herausgeber

Emma Fexeus, S. Ehmann

ausstattung

vollfarbig, Hardcover

seiten format

240 24 × 28 cm

preis

€ 39,90 [D]

isbn

978-3-89955-472-4



neu

über das buch

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

Wenn es darum ginge, ein Haus zu bauen, in dem alle Menschen gerne 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, Island 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 nachhaltiger Gestaltung bewusst auf und entwickelt sie 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.





titel  
**Blank Slate**

herausgeberin  
Cordelia Craigie

untertitel  
**A Comprehensive Library of  
Photographic Dummies**

ausstattung  
vollfarbig, Hardcover, inkl. gratis Downloads

seiten format  
256 24 × 28 cm

preis  
€ 39,90 [D]

isbn  
978-3-89955-465-6



kategorie  
Grafikdesign

erscheint  
Juni

neu

sample cover

über das buch

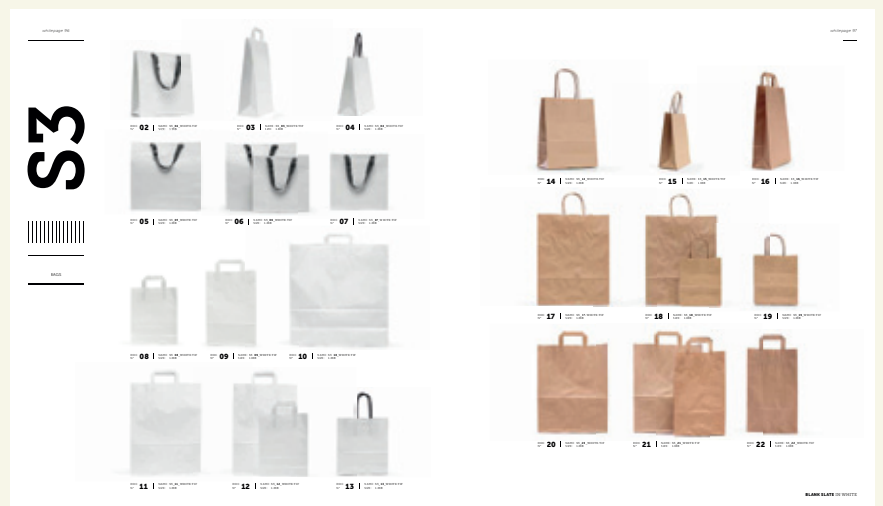
*Blank Slate* liefert dem Grafiker und Werber Fotovorlagen für die lebensnahe und überzeugende Präsentation von Corporate Designs.

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 Einkaufsstüte, einem Firmenwagen, 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 400 Fotovorlagen von Alltagsgegenständen, die gleichzeitig als digitale Dateien zum gratis Download zur Verfügung

stehen. Mit diesen Fotovorlagen kann der Gestalter seine Entwürfe so präsentieren, dass der Kunde einen lebhaften Eindruck davon bekommt, wie das künftige Corporate 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 bei unserem Buch *Neubau Welt* liefert *Blank Slate* dem Designer ein Buch mit Anregungen und Dateien und damit konkrete Erleichterung bei der Umsetzung, Präsentation und dem Verkauf seiner Gestaltung.





# titel A Delicious Life

untertitel  
New Food Entrepreneurs

kategorie  
Essen und Trinken

erscheint  
bereits erschienen

herausgeber  
Marie LeFort, S. Ehmann, R. Klanten

ausstattung  
vollfarbig, Hardcover

seiten  
240

format  
21 x 26 cm

preis  
€ 38 [D]

isbn  
978-3-89955-467-0



neu

über das buch

Ob Kochen, Backen, Brauen, Schokolade rühren oder Apfelsorten retten – 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-Lebensmittelladens. 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 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 Essorten, sowie eine Vielzahl überraschender Events und Inszenierung regen zum Mit- und Nachmachen an.





# Rock the Shack

untertitel  
**The Architecture of Cabins,  
Cocoons and Hide-Outs**

kategorie  
Architektur

erscheint  
bereits erschienen

herausgeber  
S. Ehmann, S. Borges

ausstattung  
vollfarbig, Hardcover

seiten format  
240 24 x 30 cm

preis  
€ 39,90 [D]

isbn  
978-3-89955-466-3



neu

über das buch

## 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.

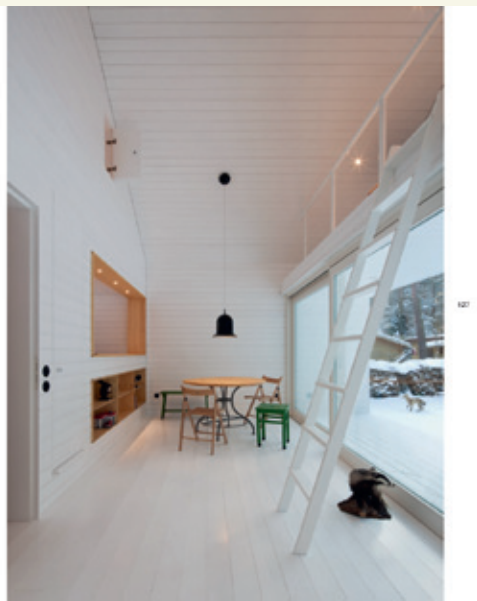
Zum ersten Mal in der Menschheitsgeschichte leben mehr Menschen in Städten als auf dem Land. Doch zur gleichen Zeit sehnen sich immer mehr von diesen Städtern nach dem Bauernhof in der Provinz, der Hütte in den Bergen oder dem Haus am Meer. Solche Zufluchtsorte versprechen dem modernen Menschen das, 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.



**FOREST HOUSE**  
DESIGN: J. G. H. / ARCHITECTURE  
BY: J. G. H. / ARCHITECTURE

This modern wooden house sits in a quiet forest in the north of Berlin. The ideal spot to enjoy nature, the changing seasons, the house combines the progression and complexity of the present with the past. It is a house that is both a retreat and a place to live. The house is a perfect example of a modern cabin. It is a house that is both a retreat and a place to live. The house is a perfect example of a modern cabin. It is a house that is both a retreat and a place to live.



# titel Brand Spaces



untertitel  
**Branded Architecture and  
the Future of Retail Design**

kategorie  
Architektur

erscheint  
bereits erschienen

herausgeber  
S. Ehmann, S. Borges

ausstattung  
vollfarbig, Hardcover

seiten format  
240 24 x 30 cm

preis  
€ 39,90 [D]

isbn  
978-3-89955-477-9



neu

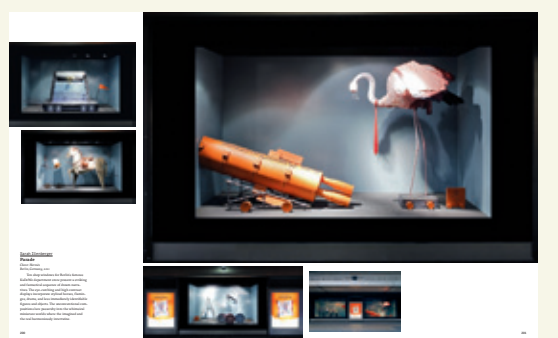
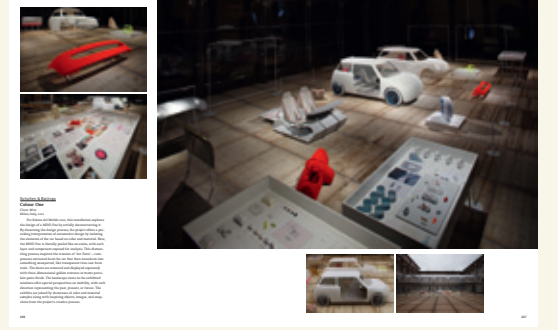
## über das buch Die Zukunft der Markenerlebnisse im Raum. Neue Konzepte für die Markenkommunikation in der Architektur, für Messeauftritte sowie Interior Design und Ladengestaltung.

Markenkommunikation wird anspruchsvoller und abwechslungsreicher. Neben der konsequenten Umsetzung von Corporate Designs gewinnt die räumliche Inszenierung von Marken massiv an Bedeutung. Wo bis vor Kurzem vor allem Uniformität herrschte, zeigt sich jetzt eine beeindruckende Vielfalt an Ideen, Konzepten, Variationen und Erlebnissen. Erfolgreiche Markenkommunikation im Raum braucht keine überladenen Markentempel mehr. Sie braucht Orte mit Charakter.

*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. Im ersten Teil des Buches geben Entscheider von globalen Marken wie Camper, Aesop, Freitag, Gaggenau oder Nokia Auskunft über ihre Konzepte

und Strategien. Fallstudien zeigen, wie diese an verschiedenen Orten der Welt zur Anwendung kommen und dabei die lokalen Gegebenheiten ebenso berücksichtigen wie die übergreifende Markenidentität. Innovative und experimentierfreudige Marken wie Audi, Starbucks oder Nike werden in diesem Zusammenhang mit ihren ungewöhnlichsten Projekten vorgestellt.

Der zweiten Teil von *Brand Spaces* bietet darüber hinaus eine aktuelle Zusammenfassung internationaler Trends im Shop-Interior-Design. Der unkonventionelle Umgang mit Farben, Formen und Materialien wird dabei ebenso gezeigt wie der Einsatz von skulpturalen Elementen, thematischen und dramatischen Inszenierungen. Neben den großen, globalen Akteuren erweisen sich gerade auch kleine Marken und lokale Händler als wegweisend.





titel  
**Joe La Pompe**

von  
**Joe La Pompe**

untertitel  
**100 Visual Ideas,  
1000 Great Ads**

kategorie  
Grafikdesign

erscheint  
bereits erschienen

herausgeber  
Mike Koedinger

ausstattung  
vollfarbig, Hardcover

seiten format  
224 23 × 30 cm

preis  
€ 39,90 (D)

isbn  
978-3-89955-462-5



neu

über das buch

Jede Idee ist sehr gut, genau ein Mal. Doch aus den stärksten Bildideen entsteht eine Vielzahl von erfolgreichen Werbekampagnen weltweit – immer und immer wieder nach dem gleichen Muster.

Werbung ist ein Milliardengeschäft. Die Bildsprache von besonders wirksamen Kampagnen gilt oft als innovativ, radikal, nie dagewesen. Aber stimmt das?

In *Joe La Pompe* enttarnt der gleichnamige französische Blogger und Undercover-Werbefachmann die gar nicht so geheimen visuellen Rezepte hinter erfolgreichen Anzeigen. La Pompe extrahiert die hundert beliebtesten visuellen Ideen und wiederverwerteten Themen der Werbung – von Bildern, Symbolen und Objekten bis hin zu Berühmtheiten aus Geschichte und

Literatur. Zu jedem dieser Themen präsentiert er die zehn besten Kampagnen aus aller Welt, die zwar auf derselben Idee basieren, sie aber in einer Vielzahl verschiedener Arten umsetzen.

*Joe La Pompe* bietet Werbern und Gestaltern einen kenntnisreichen, unterhaltsamen und oftmals entlarvenden Einblick in die Welt der kommerziellen Verführung.





# titel The Design Hotels Book

untertitel  
Edition 2013

kategorie  
Style

erscheint  
bereits erschienen

herausgeber  
Design Hotels

ausstattung  
vollfarbig, Hardcover

seiten format  
784 22,4 x 32 cm

preis  
€ 59,90 [D]

isbn  
978-3-89955-463-2



neu

über das buch

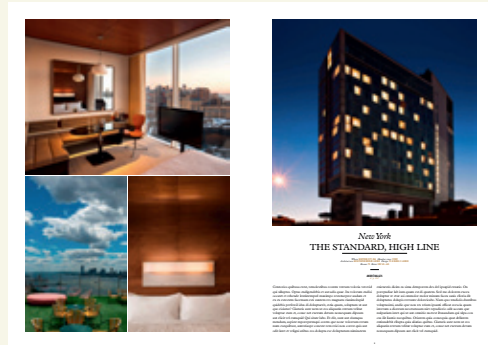
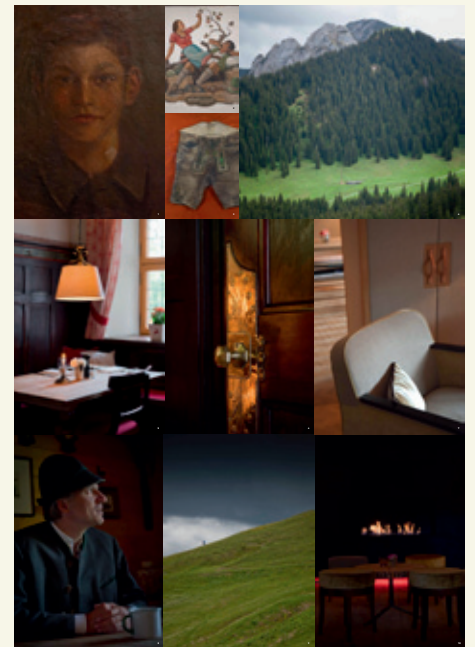
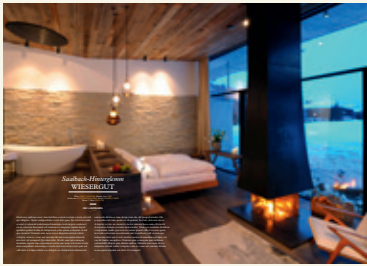
## Die schönsten Designhotels rund um die Welt, vorgestellt auf fast 800 Seiten.

Mit 800 Seiten voller traumhafter Hotels erscheint nun die bisher umfangreichste Ausgabe des *The Design Hotels Book*. Das opulente Kompendium im eleganten Einband präsentiert eine exklusive Auswahl der weltweit schönsten Designhotels.

In detaillierten Einzelporträts werden mehr als 230 Hotels und ihre Macher vorgestellt. Zu jedem Haus findet der Leser umfassende Informationen über

Architektur, Design und das Umfeld sowie jene Besonderheiten, die den speziellen Charme des Hotels ausmachen.

Kenntnisreiche Beiträge über das gestalterische Konzept der Hotels und die kreativen Köpfe dahinter runden das Buch ab und geben zudem spannende Ausblicke auf die Zukunft der Hotel- und Luxusbranche.





titel  
**Patterns and Layering**

untertitel  
**Japanese Spatial Culture,  
Nature and Architecture**

kategorie  
Architektur

erscheint  
bereits erschienen

vorwort  
Kengo Kuma

herausgeber  
Salvator-John A. Liotta, Matteo Belfiore

ausstattung  
vollfarbig, Softcover

seiten format  
176 17 × 24 cm

preis  
€ 25 [D]

isbn  
978-3-89955-461-8



neu

über das buch

# Die Leichtigkeit und Transparenz der neuen japanischen Architektur, erforscht und erklärt von Kengo Kumas Architekturlabor.

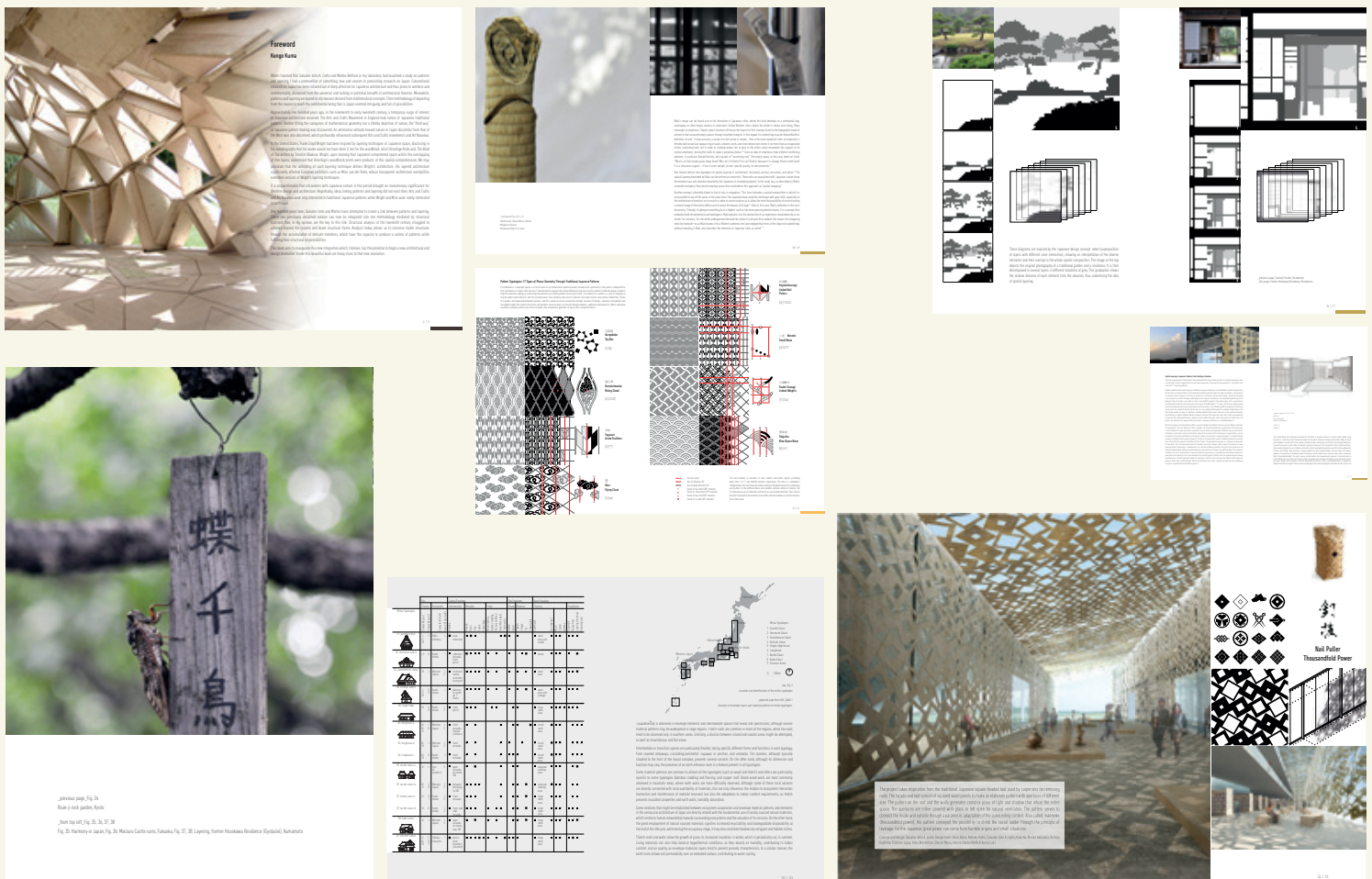
Die Verwendung von Mustern hat in der Kunst und im Textildruck Japans eine lange Tradition. Ebenso etabliert ist das Arbeiten mit Schichten in der Architektur – eine Technik, die bereits Frank Lloyd Wright und Mies van der Rohe inspirierte. Aus dem „Labor“ des weltbekannten Architekten Kengo Kuma kommt nun ein technisch-anspruchsvolles Strukturkonzept, das Muster und Schichtung erstmals zu einem Konstruktionsprinzip vereint.

*Patterns and Layering* präsentiert Bauten, die durch die Stapelung fragiler, gemusterter Schichten entstanden sind. Die einzelnen Ebenen können eine Vielfalt von Mustern enthalten und trotzdem ihre strukturelle Bedeutung komplett erfüllen. Die Ergebnisse sind bemerkenswert filigran, aber trotzdem stabil.

In detaillierten Texten erklärt das Buch, wie räumliche Schichtung und Muster als Werkzeuge funktionieren, mit denen außergewöhnliche Strukturen

in Harmonie mit Natur, Mensch und Kultur erstellt werden können. Das Buch untersucht nicht nur historische Kontexte und Entwicklungen. Es zeigt auch aktuelle Experimente, die unter der Obhut von Kengo Kuma und seinem Kollegen Yusuke Obuchi realisiert wurden. Laut Kuma bietet das Buch „das Potenzial für eine Revolution im Bereich der Architektur und Design“.

Die Herausgeber, Salvator-John A. Liotta und Matteo Belfiore, sowie andere Mitwirkende arbeiten eng mit Kengo Kuma in seinem Forschungslabor an der Universität von Tokio zusammen. Mit einem Vorwort von Kuma und liebevollen Designdetails – wie die Auswahl an Siebdrucken und Kalligrafien – verkörpert *Patterns and Layering* das japanische Verständnis für Raum, Natur und Architektur. Seite für Seite, Schicht für Schicht.



Japanese page, Fig. 24  
Book cover, page, book  
Joshi page, Fig. 26, 27, 28  
Fig. 25: Nishimura & Japan, Fig. 28: Mochizuki Goshu, Fig. 29: Learning Tower, Nishimura & Japan, Fig. 30: Nishimura & Japan, Fig. 31: Mochizuki Goshu, Fig. 32: Learning Tower, Nishimura & Japan, Fig. 33: Nishimura & Japan



titel  
**Nendo**

von  
**Nendo**

untertitel  
**10/10**

kategorie  
Produktdesign

erscheint  
August

ausstattung  
vollfarbig, Hardcover

seiten format  
320 24,5 × 33 cm

preis  
€ 49,90 [D]

isbn  
978-3-89955-470-0



neu

sample cover

über das buch

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.

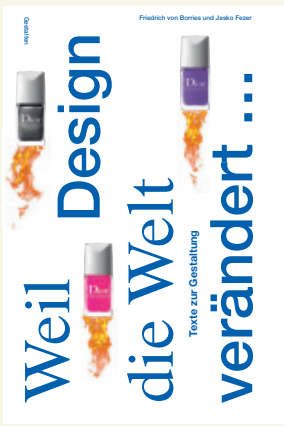
Das im Jahr 2002 von Oki Sato in Tokio gegründete Designstudio hat sich in der internationalen Designszene einen Namen gemacht und gewinnt

reihenweise internationale Auszeichnungen. So kürte das renommierte Magazin *Wallpaper\** Nendo zum „Designer of the Year 2012“.

Nendo beeindruckt auch durch Präsentationen in internationalen Galerien und Museen, auf Designmessen und Festivals, wie dem Salone Internazionale del Mobile in Mailand, und in Aufträgen für namhafte Kunden wie Bisazza und Cappellini.

Diese umfassende Monografie präsentiert eine markante Auswahl erstaunlich vielfältiger Arbeiten: poppige Ladenkonzepte, mystisch anmutende Ausstellungsräume, skulpturale Möbel, Wohnaccessoires und Designobjekte. Doch wie divers die Arbeiten auch sein mögen, Nendos Arbeiten gewähren dem Leser einen Einblick in die Zukunft der Gestaltung.





# titel Weil Design die Welt verändert...

herausgeber  
Friedrich von Borries,  
Jesko Fezer

untertitel  
Texte zur Gestaltung

ausstattung  
vollfarbig, Hardcover  
seiten format  
240 14 x 21 cm

kategorie  
Grafikdesign

erscheint  
Juli

preis  
€ 24,90 [D]

isbn  
978-3-89955-475-5



neu sample cover

über das buch  
**Renommierte Gestalter und Autoren über den tatsächlichen und gefühlten Einfluss des Designs auf unser heutiges und künftiges Leben.**

Design ist ein fester Bestandteil der modernen Welt. Lebens- und Kommunikationsmittel, Räume, Möbel, Kleider – obwohl so ziemlich alles, was uns im Alltagsleben begegnet, gestaltet ist, sind theoretische Auseinandersetzungen mit dem Thema Gestaltung im deutschsprachigen Raum rar. Dabei gewinnt die Thematik nicht nur an Präsenz, sondern auch an Bedeutung, Verantwortung und Komplexität. Während Design einst vor allem funktionieren musste, soll es heute zusätzlich noch inspirieren, definieren, vermitteln, differenzieren und verbessern.

gestaltungsspezifischen Diskurs im deutschen Sprachraum zugänglich und verständlich zu machen.

Die von den Herausgebern Friedrich von Borries und Jesko Fezer ausgewählten Beiträge stammen von Designern wie Enzo Mari, Roberto Feo und Peter Raacke, zeitgenössischen Künstlern wie Anselm Reyle und Ion Sørvin. Ergänzend werden die historischen Positionen eines Joseph Beuys, Max Bills und Dieter Rams im Kontext der aktuellen Debatten neu reflektiert. So entsteht eine kurzweilige und gehaltvolle Positionsbestimmung.

Das Buch *Weil Design die Welt verändert...* trägt mit einer anregenden Sammlung von interdisziplinären Projekt- und Textbeiträgen dazu bei, den

The image displays a grid of 12 pages from the book, arranged in a 3x4 layout. Each page contains a different design project or text snippet. The projects include:

- Page 1:** A collection of colorful, patterned fabric items on a table.
- Page 2:** A purple, abstract, sculptural object on a wooden base.
- Page 3:** A person walking on a paved area with small green plants in circular planters.
- Page 4:** A large, white, geometric structure on a boat in a body of water.

The text columns between the images provide context and descriptions for each project, mentioning names like Friedrich von Borries, Jesko Fezer, and various designers.



kategorie  
Kunst

erscheint  
bereits erschienen

ausstattung  
vollfarbig, Hardcover, inkl. DVD

seiten format  
128 18,5 x 23 cm

preis  
€ 29,90 [D]

isbn  
978-3-89955-471-7



neu

über das buch

## Carsten Nicolai im Spannungsfeld von Kunst, Architektur und Musik.

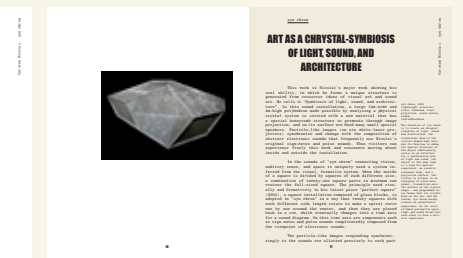
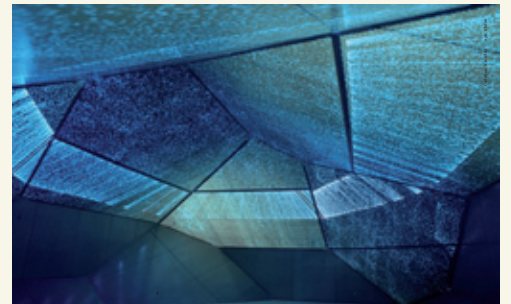
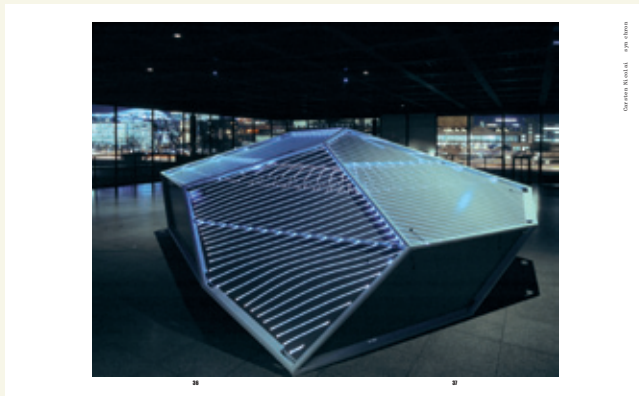
*syn chron* ist die Dokumentation der gleichnamigen Arbeit des Künstlers und Musikers Carsten Nicolai – analog in Buchform und digital auf beiliegendem Datenträger.

Herzstück von *syn chron* ist ein mobiler Raum, der zugleich als akustischer Körper, Resonanzraum und Projektionsoberfläche dient. Es handelt sich um ein kristallines architektonisches Bauwerk, dessen transluzente Kunststoffhaut Träger von akustischen wie optischen Ereignissen ist. Von Nicolai komponierte elektronische Musik generiert Lichtmodulationen, die durch Auslösung von Laserstrahlen projiziert werden. Der architektonische Körper, konstruiert von Werner Sobek, ist zugleich Klang- wie Lichtraum, in den Besucher eintreten, den sie aber auch von außen wahrnehmen können. Nicolai

hat mehrere Konzerte in der Installation veranstaltet, unter anderem in der Berliner Neuen Nationalgalerie, im Ycam in Yamaguchi und auf den Biennalen in Bern und Singapur.

Dieses Buch präsentiert *syn chron* in ausführlichen Bildern und Texten. Die beiliegende DVD enthält begleitende Audio- und Videobeiträge.

Carsten Nicolai arbeitet seit den frühen 1990er- Jahren an der Schnittstelle zwischen Kunst und Wissenschaft. In den Büchern *Grid Index*, *Moiré Index* und *cyclo. id* hat er bereits erfolgreich grundlegende visuelle und akustische Strukturen systematisch dokumentiert.



The intention of *syn chron* is to create an integral synthesis of light, sound and architecture. The translucent skin of the crystal-shaped body serves as an interface for a synthesized space of light and sound. The interior of the space is a room for optical experiences, an acoustic resonance body and a projection surface. The interior is visible as an interface of electronic sound – transmitted into the space and projected into the space that is visible both on the top and the inside. The skin serves as an interface of human perception spaces, light and sound blend into each other to form a holistic experience.



Carsten Nicolai | *syn chron*



titel  
**Akatre**

von  
**Akatre**

untertitel  
**Zero to Five**

kategorie  
Grafikdesign

erscheint  
bereits erschienen

ausstattung  
vollfarbig, Hardcover

seiten format  
176 17 × 24 cm

preis  
€ 19,90 [D]

isbn  
978-3-89955-458-8



neu

über das buch

## Frisch, frech, farbig, französisch – Akatre.

Die französische Designagentur Akatre überwindet und verzerrt mit ihren experimentellen Kreationen die üblichen Grenzen der Fotografie, visuellen Kommunikation, Kunst, Mode und Typografie. Egal ob es sich um Webseiten, Installationen, Editorial Designs oder Visual Identities handelt, die Gestalter aus der Pariser Vorstadt Saint-Ouen schaffen es, ihren Arbeiten mit angstfreiem Farbeinsatz, Verwendung von Alltagsgegenständen, absurden Maskeraden und aufwendigen fotografischen Stillleben ihren Stempel aufzudrücken.

Akatre wurde im Jahr 2007 gegründet und ist heute eins der begehrtesten Studios in der französischen Hauptstadt. Die Agentur von Julien Dhivert,

Sébastien Riveron und Valentin Abad ist dafür bekannt, ihre Projekte mit hohem Aufwand umzusetzen. Jedes Detail wird sorgfältig ausgewählt und betrachtet. Farbe, Komposition und Geometrie werden streng kontrolliert. Alltagsgegenstände werden im übertriebenen Maße vervielfältigt oder schweben auf surreale Art und Weise im Raum.

Ihr Buch *Akatre: Zero to Five* ist nicht nach Themen, Kunden oder Stilen geordnet, sondern nach der Farbigkeit der gezeigten Arbeiten. So ist es ein Kaleidoskop von persönlichen Projekten und Auftragsarbeiten für Kunden aus den Bereichen Kunst, Kultur, Musik, Mode und Luxus.



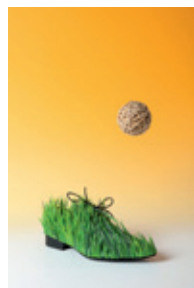
17 **Mains d'Œuvres, 2009-2010** Visual identity, season 3



18 **Visual identity, season 3**



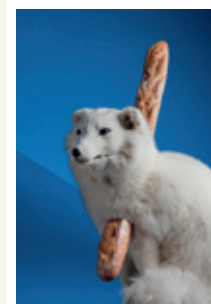
19 **Visual identity, season 3**



20 **Design: Involution Spaces, Involution projects, 88 pages**



21 **Visual identity**



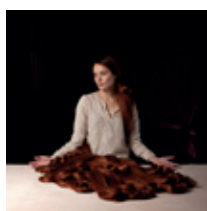
22 **Visual identity, season 3**



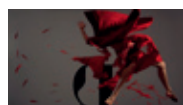
23 **Visual identity, season 3**



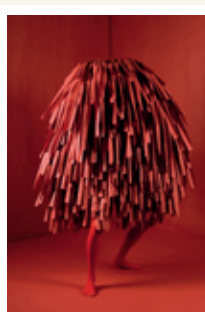
24 **Visual identity, season 3**



25 **Photograph, "The Braker"**



26 **Photo, "Orange Cage", Jérôme Belloc**



27 **Installation's elements, Cécile Pompidou**



29 **La Galerie des galeries, 2011** Visual identity, "Space for Fantasy"





titel  
**Deichkind:  
Eine Prise Mythos**

von  
**Nikolaus Brade**

kategorie  
Style

erscheint  
bereits erschienen

ausstattung  
vollfarbig, Softcover

seiten format  
144 20 x 26 cm

preis  
€ 19,90 [D]

isbn  
978-3-89955-476-2



neu

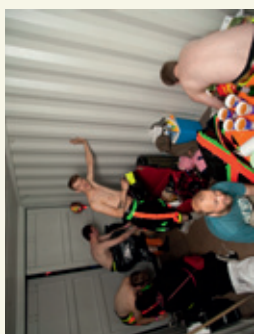
über das buch

### Das visuelle Spektakel von Deichkind, Kopfkino für alle Fans der Band.

„Deine Eltern sind auf einem Tennisturnier. Du machst eine Party, wie nett von Dir.“ So beginnt Deichkinds Partykracher „Remmidemmi (Yippie Yippie Yeah)“. Wer das Buch *Deichkind: Eine Prise Mythos* sieht, der ahnt, wie eine Deichkind-Party so verläuft.

Deichkind sind ein Gesamtkunstwerk. Die deutsche Band kultiviert eine eigenwillige Mischung aus Hip-Hop und Electroclash, aus hedonistischer Energie und sarkastischer Provokation. Ihre Konzerte und Kostüme sind legendäre akustische und visuelle Spektakel. Dada trifft auf Baumarkt, und Kraftwerk trifft auf Dead Kennedys. Da bleibt kein Auge trocken.

Der Fotograf Nikolaus Brade hat die Band in den vergangenen fünf Jahren auf Tourneen und im Studio begleitet. Er wurde Teil des Deichkind-Wanderzirkus, fotografierte vor und hinter der Bühne, erlebte Höhen und Tiefen des Band-daseins hautnah mit. Dabei entstand statt der geplanten, klassisch-objektiven Reportage eine anarchische Bildcollage, eine Art Kopfkino für alle, die schon mal auf einem Konzert der Band waren.





# titel The Berlin Design Guide

untertitel  
A Practical Manual to Explore Urban Creativity

kategorie  
Style

erscheint  
bereits erschienen

herausgeber  
Viviane Stappmanns, Kristina Leipold

ausstattung  
vollfarbig, Softcover

seiten format  
256 11,8 x 16,5 cm

preis  
€ 16,90 [D]

isbn  
978-3-89955-478-6



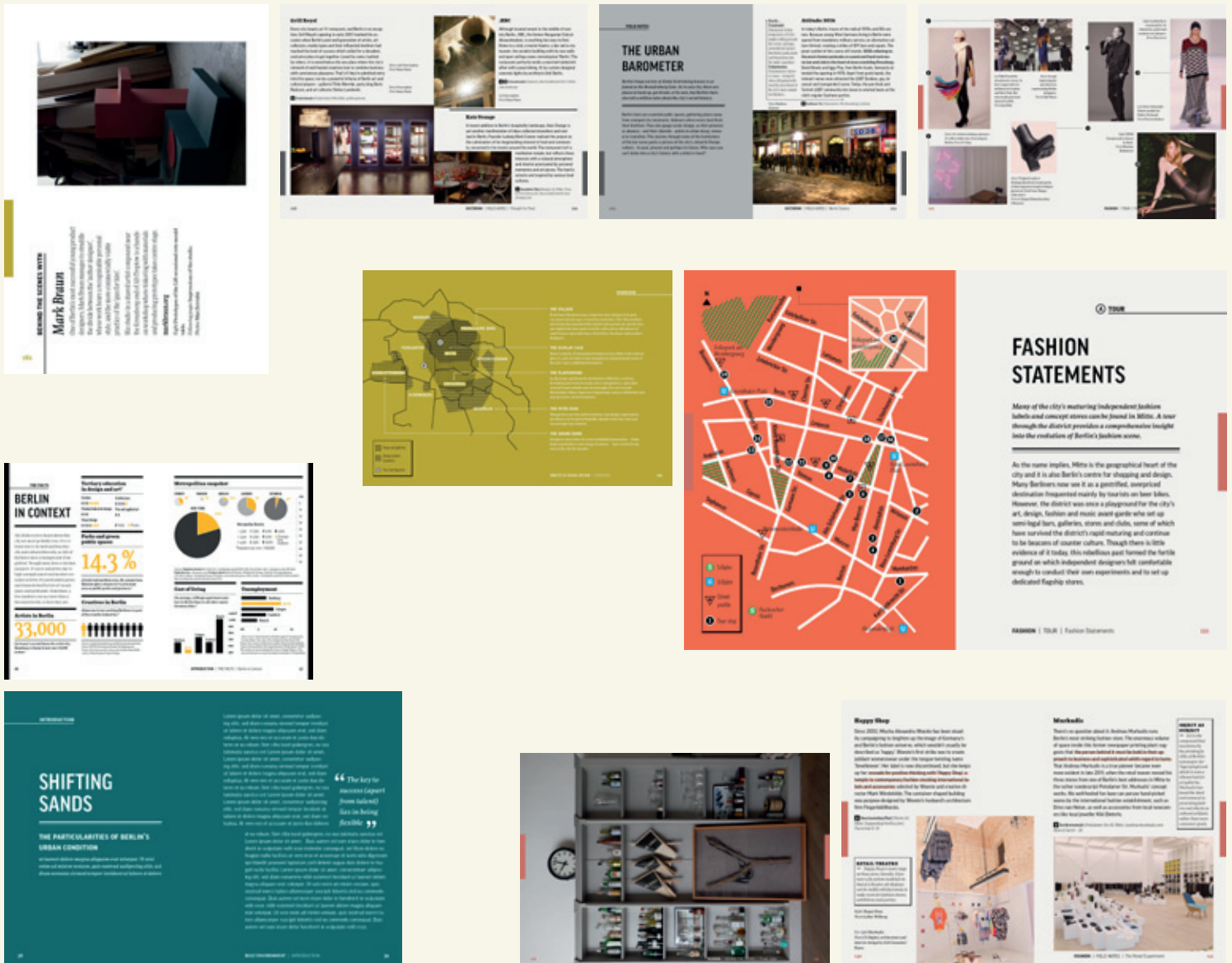
neu

## über das buch Der Reiseführer durch Deutschlands Kreativhauptstadt.

„Arm aber sexy“ war einmal. Die Berliner Kreativszene ist lebendig, experimentierfreudig und professionell wie nie. *The Berlin Design Guide* ist das Handbuch für alle, die diese Stadt und ihre kreativen Hotspots jetzt kennenlernen wollen.

Touren die Epizentren und die ansteckende Dynamik in den Bereichen Architektur, Design, Kunst und Mode. Interviews und Porträts von Kreativen aus allen Bereichen ergänzen *The Berlin Design Guide* zu einem umfassenden Adressbuch der Hauptstadt-Designwelt und einem Stadtführer für Besucher und Neuankömmlinge ebenso wie für eingessene Berliner.

Vom Buchstabenmuseum zum Mauerpark, von den Bonanza Coffee Heros zum Gestalten Space, vom SO36 zum ICC zeigt das Buch anhand von verschiedenen





titel  
**Deutschland verstehen**

von  
Ralf Grauel, Jan Schwochow,  
Robert Klanten

untertitel  
Ein Lese-, Lern- und  
Anschaubuch

ausstattung  
vollfarbig, Hardcover  
seiten format  
240 24,5 × 33 cm

kategorien  
Style, Grafikdesign

preis  
€ 29,90 [D]

isbn  
978-3-89955-445-8



über das buch

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, und 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.

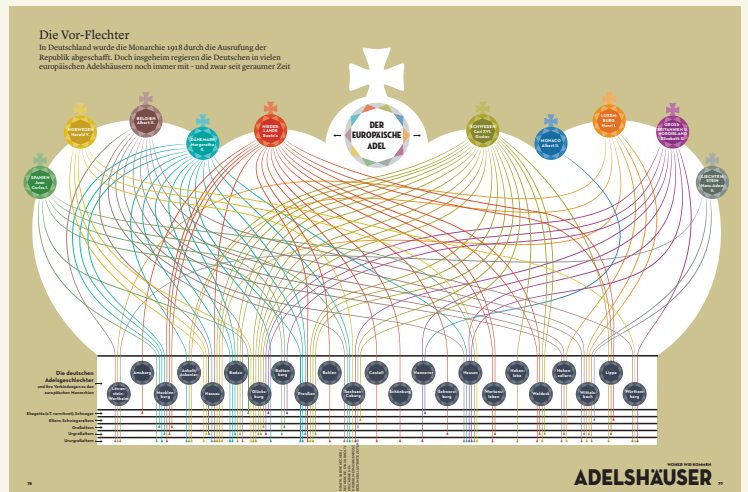
Mitwirkende und Herausgeber

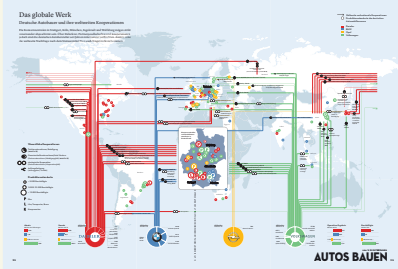
*Deutschland verstehen* entstand in Kooperation mit *Stern*, *Süddeutsche Zeitung*, *Die Zeit*, *Handelsblatt*, *Financial Times Deutschland*, *Zeit Magazin*, *Bild-Zeitung*, *Berliner Morgenpost* und anderen Medien, in denen die abgebildeten Grafiken zuerst erschienen. Andere Arbeiten wurden eigens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

Mit den besten Infografiken von: Jan Schwochow, Katharina Schwochow, Katja Günther, Katharina Stipp, Paul Blicke (Golden Section Graphics), Dirk Aschoff, Jakub 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 viele andere.

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, 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 KircherBurkhardt auf. Seine Arbeiten sieht man nicht nur in führenden Medien wie dem *New York Times Magazine* oder der *Tagesschau*. 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.





## 72.000 Freunde sollt ihr sein!

### Ein typischer Tag in der Bundesliga, im Stadion der Bayern

Auf dem Feld spielen elf Männer gegen elf Männer mit einem Ball um den Sieg. Dieses Treiben genügt schon, um in einem wirtschaftlichen Ministerwert 2.000 Arbeitsplätze zu sichern und mehr als 60.000 Herren in Wallung zu bringen. Fans, Wanderverkäufer, Busfahrer, Balljungen, Greenkeeper, Kinobetreiber und Escort-Köche: Jeder von ihnen trägt auf seine Weise zum Gelingen eines großartigen Nachmittags bei.



„Eine wunderbare Infografik-Bildungsreise durch unser Land und unsere Befindlichkeiten.“ (Stern)

„Endlich erfahren wir die ganze Wahrheit über uns Deutsche. Unglaubliche Fakten zu Ehe, Küssen, Essen, Alkohol und Marotten.“ (Focus)

„Viel Wissen war schon immer gut, aber es sah noch nie so gut aus.“ (KulturSPIEGEL)

„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)

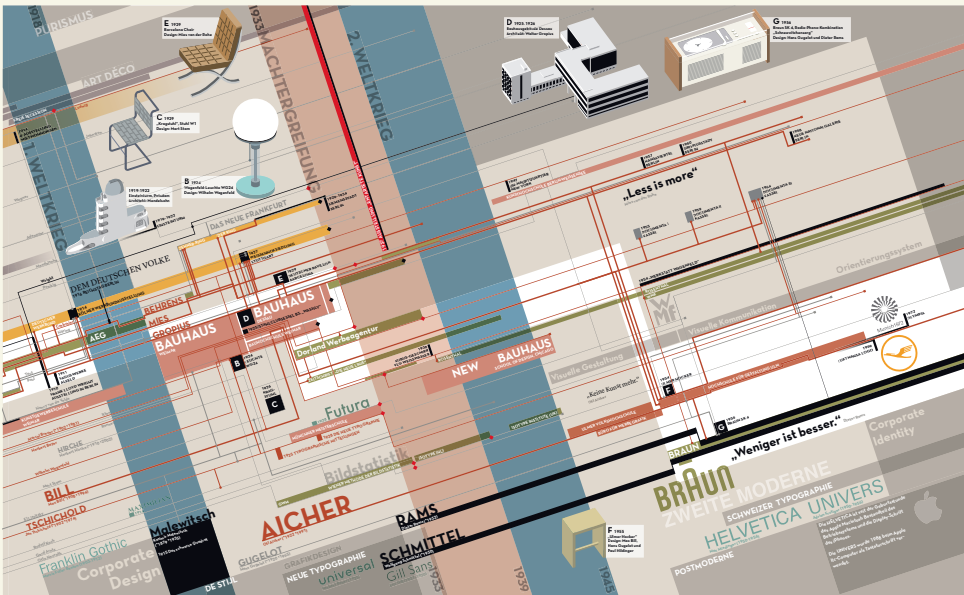
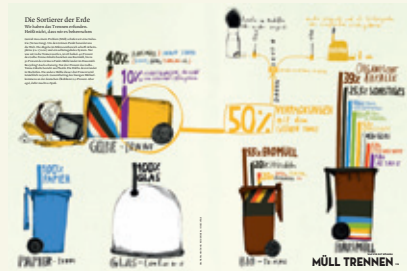
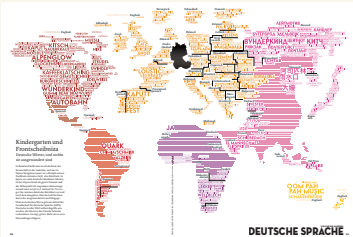
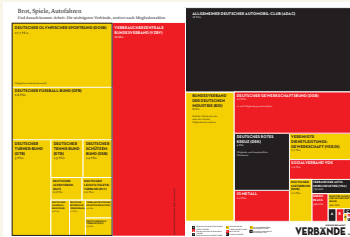
„Der fantastisch schöne Grafikband verpackt verständliche Zahlen, Daten, Fakten über unsere Heimat. Ein Buch, bei dem einen die Augen übergehen, so knackig wird hier Information vermittelt.“ (Westdeutsche Allgemeine Zeitung)

„Ein Lehrbilderbuch zum Versinken.“ (dpa)

„Dieses Wunderbuch der Informationen ist mehr als eine Aneinanderreihung von Grafiken – den Pfiff bringt die Gliederung.“ (Handelsblatt)

„Ralf Grauel und Jan Schwchow ist das fast absurde Vorhaben gelungen, anhand von Zahlen und Fakten auch ein wenig die deutsche Seele zu erkunden.“ (Berliner Zeitung)

„Wie angenehm ist es, abseits üblicher Klischees festzustellen: Was sind wir doch für ein seltsames Volk.“ (Frankfurter Rundschau)



## KAPITEL 1

# WAS WIR LIEBEN

Keine Frage, ohne Raab, Grass und Lena wären wir alle nicht klüger – aber ein einiges ärmer. Ohne Essen wäre unser Leben kürzer. Ohne Sex ginge es kaum weiter und fäde wäre es sowieso. Ruhe finden wir im Autobahnstau, im Wald und im Urlaub; letzterer ist uns derart heilig, dass wir durchschnittlich hundert Tage und mehr arbeiten, um anschließend umso matter in den Liegestühlen zu versinken. Ach ja, fehlt noch der Fußball: Ohne den macht natürlich alles keinen Sinn. Über die Gewichtung unserer Vorlieben lässt sich streiten. Die Spuren allerdings, die wir bei der Ausübung unseres Lebendigen-Seins und der Dinge, die wir daran so lieben, hinterlassen – Charts, Tickets, Verkaufszahlen, Stauzeiten – diese Spuren lassen sich lesen und anschaulich darstellen.

Finden Sie auf den folgenden Seiten: einen typisch deutschen gedeckten Teller, und wie er sich im Laufe der Jahre verändert hat. Soviel vorab, trotz Pommes und McDonald's, es steht nicht gut um die Kartoffel<sup>54</sup>. Entdecken Sie den ultimativen Beweis, dass Borussia Dortmund nicht nur in der Fußballsaison 2012 erfolgreichste deutsche Club war. Er war auch der effizienteste: Durchschnittlich dreimal mehr Geld musste der FC Bayern ausgeben, um ein Tor zu schießen oder einen Sieg zu erringen. Und lernen Sie, dass ein Bundesliga-Tor im Durchschnitt 700.460 Euro gekostet hat<sup>55</sup>.

Romantischen Gemütern sei die Seite 28 ans Herz gelegt. Dort können Sie durch alle Musik-Hits seit 1950 auf eine Zeilreise gehen. Egal, ob Ihr Pop-Gedächtnis bei Cliff Richards, Boney M., Falco oder Schnappi einsetzt, die Liste wird Sie garantieren in die Zeit ihrer ersten großen Liebe, Clipse, Mieser und Klassenfahrten zurückversetzen.

Robuster geht es auf Seite 26 zu. Dort lernen Sie den Aufbau einer typischen Demo kennen – aus Polizeiaufschreibern erwägen, machen Sie sich vorher besser mit dem Unterschied zwischen BEO-Bereitschaftspolizisten und BfE-Beamten vertraut. Könnte ja mal wichtig werden.



titel  
**Nostalgia**

von  
Sergei M. Prokudin-Gorski

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

ausstattung  
vollfarbig, Leinen-Hardcover, Querformat

seiten format  
320 30 × 27 cm

preis  
€ 49,90 [D]

isbn  
Englische Ausgabe: 978-3-89955-439-7



Deutsche Ausgabe: 978-3-89955-459-5



kategorie  
Fotografie

über das buch

## 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.

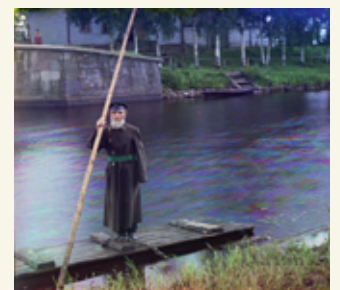
Die Landschaftsbilder von Prokudin-Gorski reichen von mittelalterlichen Kirchen und Klöstern des alten Russlands bis zu Eisenbahnlinien und Fabriken der damals jungen russischen Industrie. Eines seiner ersten und

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. *Nostalgia* präsentiert diese restaurierten fotografischen Meisterwerke, die zugleich ein Meilenstein russischer Kulturgeschichte sind.

„Zeitreise ins kunterbunte Zarenland.“ (SPIEGELOnline)





# titel Das geheime Cocktail-Buch

von  
Jim Meehan, Chris Gall

untertitel  
Das Barbuch der  
New Yorker PDT Bar

kategorien  
Essen und Trinken, Style

ausstattung  
vollfarbig, Hardcover, Schutzumschlag,  
Lesebändchen, Blindprägung, Heißfolie

seiten format  
368 13,5 x 21 cm

preis  
€ 29,90 (D)

isbn  
978-3-89955-436-6



über das buch

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

„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

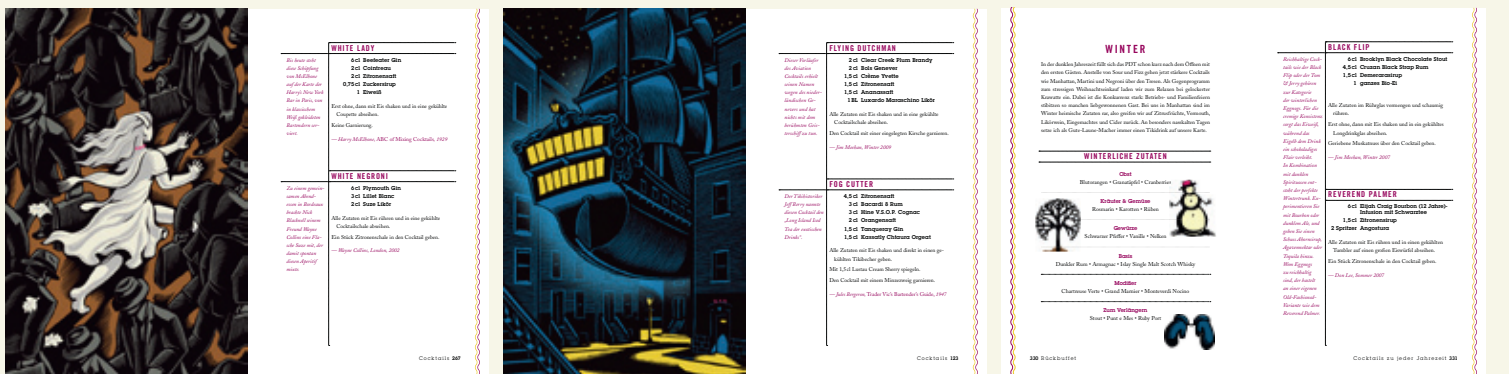
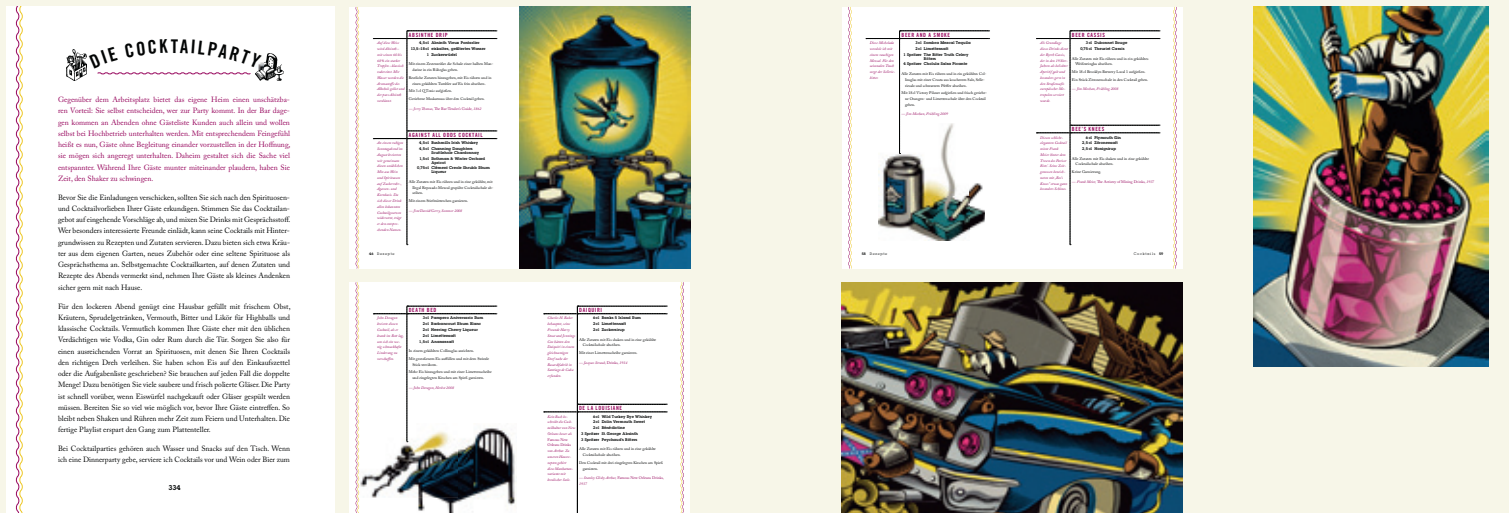
„Wenn ich durch dieses grandiose, detailreiche und formvollendete Cocktail-Buch blättere, wünsche ich mir, ich hätte es geschrieben.“  
—David Wondrich

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 dazu gehört. 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!

„(...) 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)





titel  
**Little Big Books**

untertitel  
**Illustrations for Children's Picture Books**

kategorie  
Illustration

herausgeber  
R. Klanten, H. Hellige  
ausstattung  
vollfarbig, Hardcover

seiten format  
240 24 x 30 cm

preis  
€ 39,90 [D]

isbn  
978-3-89955-446-5



über das buch

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

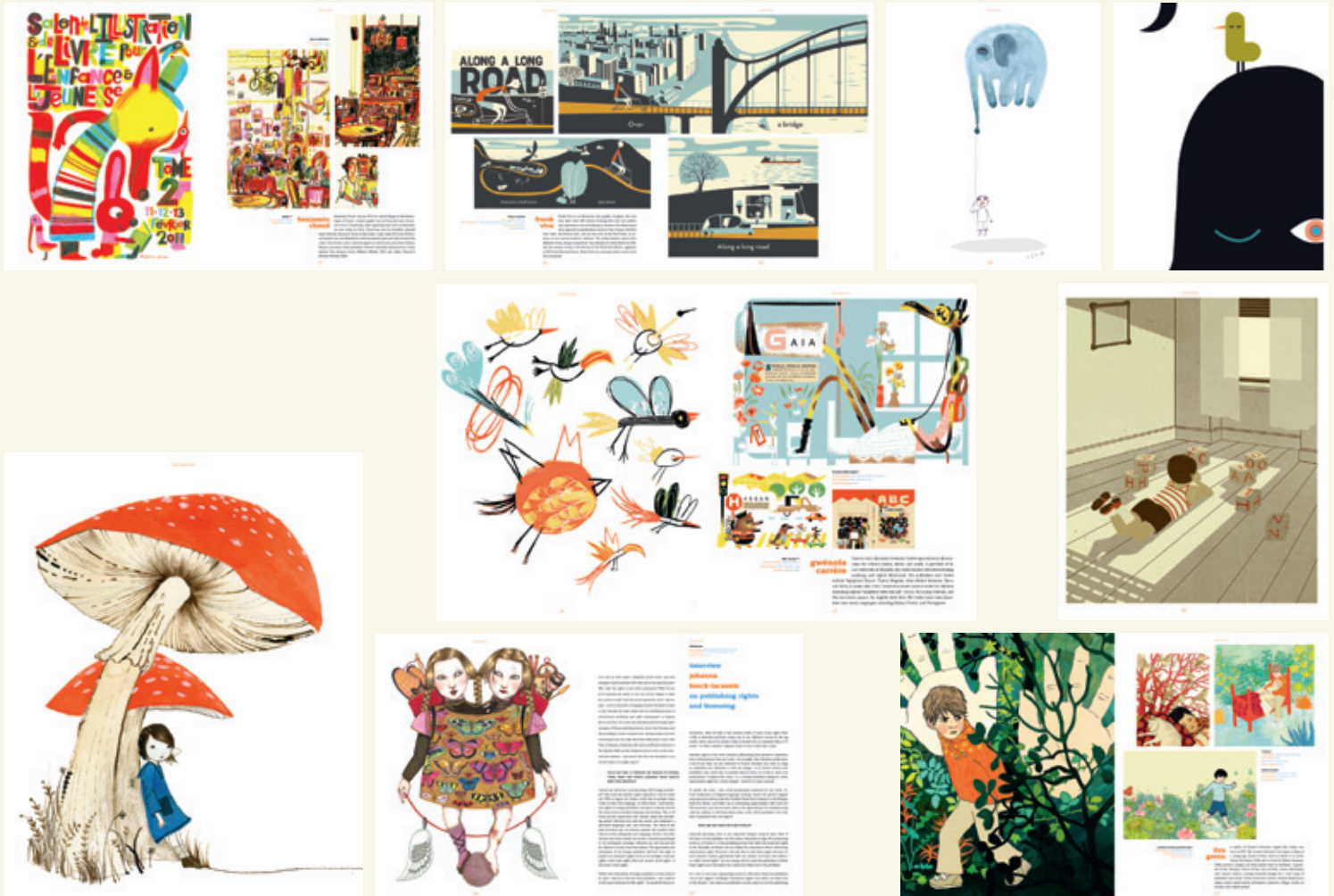
Als Kind sieht man die Welt mit anderen Augen. Durch illustrierte Geschichten in Kinderbüchern lernen Kinder viel über die Welt, in der sie leben. Die schönsten Bilderbücher für Kinder enthalten aber nicht nur wunderbare Geschichten, sondern erzählen sie auch auf visuell ansprechende Weise. Denn Kinder 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 setzt.

„Das Buch für die Großen, die in der Welt der Kleinen leben.“ (CYBEX-Blog)





titel  
**Forever**

texte  
Matt Lodder,  
Nicholas Schonberger

untertitel  
The New Tattoo

kategorie  
Style

herausgeber  
R. Klanten, F. Schulze

ausstattung  
vollfarbig, Hardcover

seiten format  
256 22,5 × 29 cm

preis  
€ 39,90 (D)

isbn  
978-3-89955-442-7



über das buch

## 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 begannen als Tätowierer. Scott Campbell dient als geeignetes Leitbeispiel.

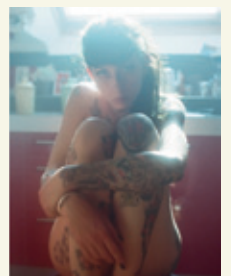
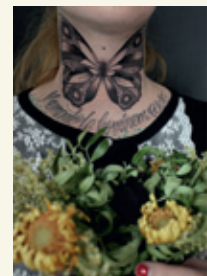
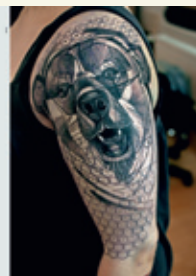
*Forever* ist nicht einfach ein Tattoobuch mit der üblichen Fleischbeschau. Das Buch zeigt die aktuellen Entwicklungen der dynamischen Tattooszene und geht auf sie ein. Es präsentiert verschiedene Stile und Ansätze und stellt wichtige Innovatoren anhand ihrer Arbeiten vor, darunter Peter Aurisch, Mark

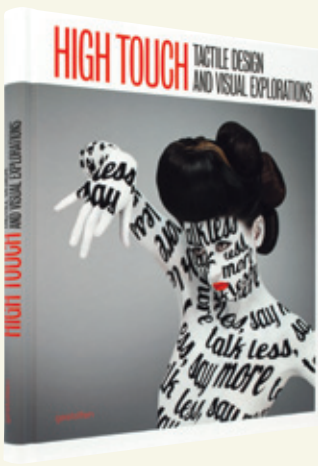
Cross, Rafel Delalande, Lionel Fahy, Happypets, Sue Jeiven, Jondix, Xed Le-Head, Lea Nahon, Liam Sparkes, Tomas Tomas, Fuzi UVTPK, Tom Yak, Yvonne Ziegler und viele mehr.

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 Tatoer, 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.

*„In Forever sieht man, was bei Tattoos möglich ist, aber auch was Tätowierer als Künstler noch entstehen lassen können. Erstaunlich.“* (Ox Fanzine)

*„Eine im wahrsten Sinne des Wortes lebendige Galerie, die einer ebenso lebendigen Tattooszene entspringt.“* (thegap.at)





titel  
**High Touch**

untertitel  
**Tactile Design and Visual Explorations**

kategorien  
Grafikdesign, Kunst

herausgeber  
R. Klanten, M. Hübner  
ausstattung  
vollfarbig, Hardcover

seiten format  
224 24 × 28 cm

preis  
€ 39,90 [D]

isbn  
978-3-89955-444-1



über das buch

Die raumgreifende Bildsprache der aktuellen visuellen Kultur wird durch Techniken und Stile aus Kunst und Kunsthandwerk erweitert.

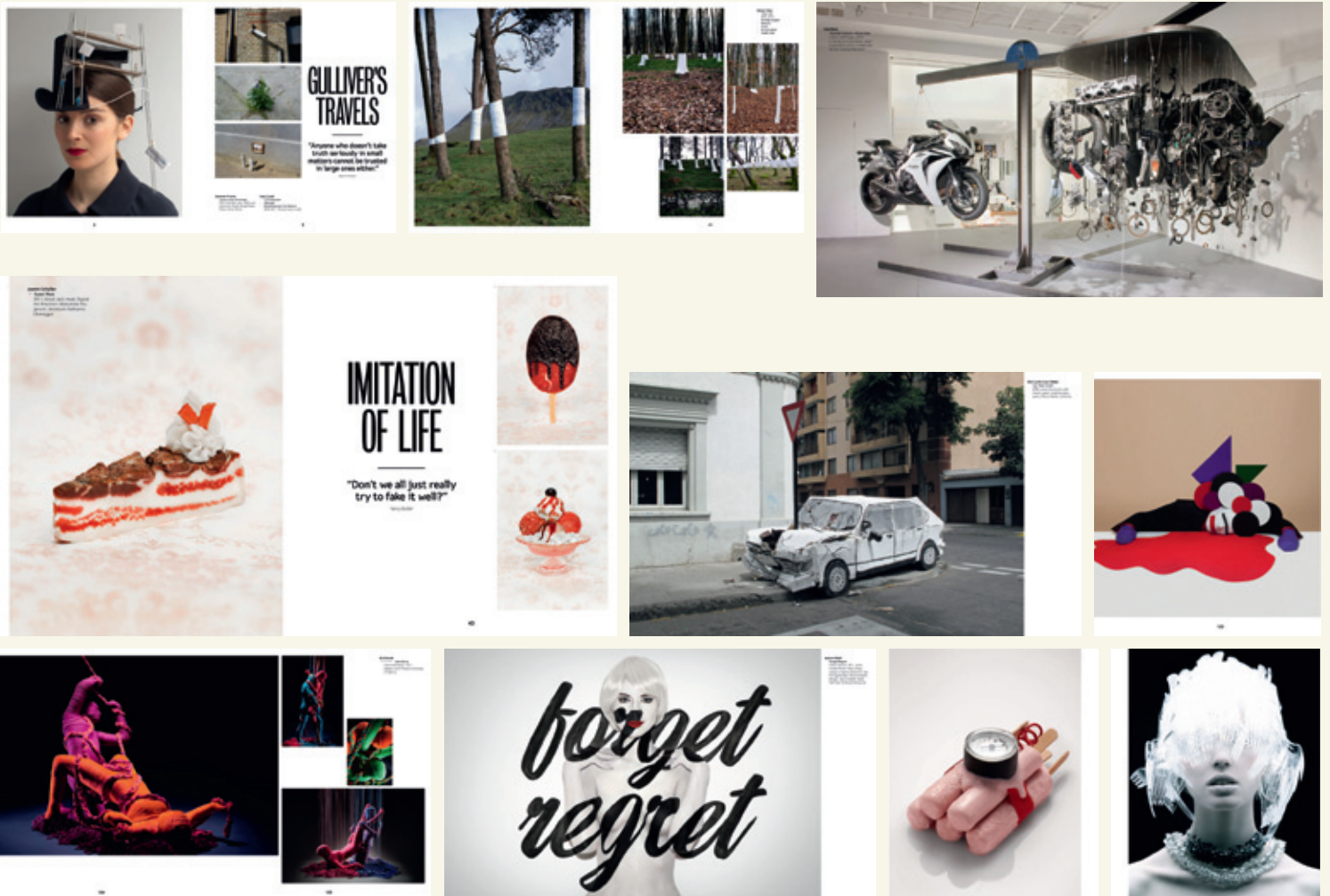
Die heutige visuelle Kultur lebt von einem riesigen Reservoir an verschiedenen Einflüssen aus allen möglichen Kulturepochen und Stilrichtungen. Kunsthandwerke wie Häkeln und Papercraft sowie die Gestaltung von Kostümen oder Masken treffen auf Techniken der traditionellen Kunst wie Installation, Skulptur, Collage, Fadenverspannung sowie Fotografie und Illustration.

Durch kunstfertige Kombinationen, Materialerweiterungen und ungewohnte Verbindungen entsteht eine neue Bildsprache. Auffällig für diese aktuelle visuelle Kultur ist ein oftmals handwerklicher Charakter, denn viele der Arbeiten setzen Geschicklichkeit und eine intensive, oftmals langwierige Beschäftigung mit den eingesetzten Techniken, dem Material oder dem angewandten Stil voraus.

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.

„Eine reiche Inspirationsquelle für Kunst, Mode und Lifestyle.“ (Quality)





titel  
**Los Logos 6**

kategorie  
Grafikdesign

herausgeber  
R. Klanten, H. Hellige, A. Mollard, A. Sinofzik

ausstattung  
vollfarbig, Hardcover, Querformat

seiten format  
400 24 × 19 cm

preis  
€ 39,90 (D)

isbn  
978-3-89955-450-2



über das buch

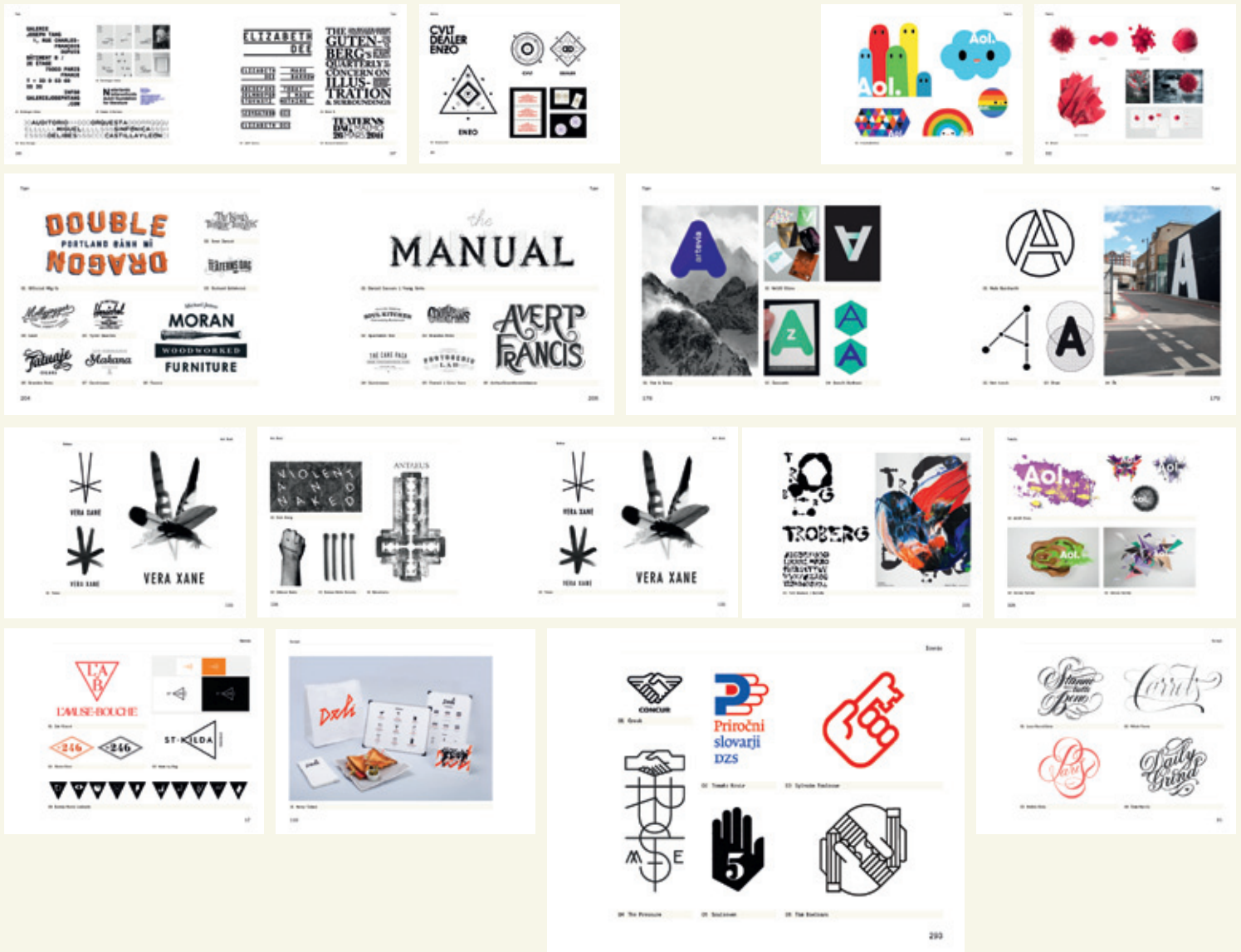
*Los Logos 6* ist das maßgebliche Handbuch für zeitgemäßes Logodesign.

*Los Logos* ist die weit über Fachkreise hinaus stilbildende Gestalten-Buchserie über zeitgemäßes Logodesign. Auf 400 Seiten im bewährten Querformat ist die aktuelle Ausgabe *Los Logos 6* das maßgebliche Recherchehandbuch und Standortbestimmung für Gestalter.

Das Kompendium bietet einen definitiven Überblick über die aktuellen Trends, Entwicklungen und Fortschritte dieser gestalterischen Königsdisziplin, die für eine Marke, eine Firma, eine Philosophie oder auch ein Individuum den entscheidenden Beitrag zur Identitätsstiftung leistet.

Was 2000 mit *Los Logos* als aufsehenerregende Pionierarbeit begann und mit den Fortsetzungen über die Jahre erfolgreich ausgebaut und ergänzt werden konnte, wird von dem jüngsten Spross dieser beliebten Buchfamilie weitergeführt. Oftmals kopiert, aber nie erreicht, überzeugt auch der sechste Teil der Serie durch die Qualität der Auswahl in Breite und Spitze sowie der kompetenten Strukturierung und Einordnung in verwandte Logofamilien.

*Los Logos 6* bietet die umfassendste Übersicht über aktuelles Logodesign und ist für Grafiker ein Pflichtbuch.





titel

# Container Atlas

untertitel

## Handbuch der Container Architektur

kategorie  
Architektur

release  
Februar 2013

herausgeber

Han Slawik, Julia Bergmann,  
Matthias Buchmeier, Sonja Tinney

ausstattung

vollfarbig, Hardcover

seiten format  
256 24 × 30 cm

preis  
€ 49,90 (D)

isbn

Deutsche Ausgabe: 978-3-89955-294-2

Englische Ausgabe: 978-3-89955-286-7



über das buch

Überseecontainer sind unverwüstlich, preiswert und modular. Immer häufiger werden aus ihnen temporäre Bauten und mobile Strukturen wie Pavillons, Ausweichbauten, Büros, Galerien und Bars gebaut. Das Phänomen hat einen Namen: Containerarchitektur.

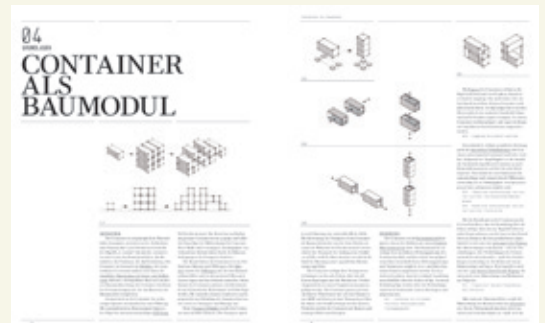
*Container Atlas* zeigt die gesamte Bandbreite aktueller Containerprojekte und bietet darüber hinaus ausführliche Hintergrundinformationen, um dieser aktuellen Entwicklung auf den Grund zu gehen. Container werden Werbeflächen, Pop-Up-Stores und temporäre Ausstellungen, Ausgangspunkt und Projektionsfläche für Alltag und Events urbaner Nomaden. Weil Containerstrukturen nicht für die Ewigkeit bestimmt sind, erforschen Architekten und Planer die möglichen Anwendungen. Sie bauen kurzfristiger, beziehen sich auf schnellere Trends und gehen spielerisch mit diesem Baukastensystem um. Auch anspruchsvolle, mondäne Wohnhäuser und Bürogebäude können auf diese Art entstehen – Gebäude, die im urbanen Raum wie auch in ländlicheren Gegenden irritieren, provozieren und inspirieren, Projekte, die funktionale und ästhetische Maßstäbe setzen.

Mit aufschlussreichen Texten zeigt *Container Atlas* die historische Entwicklung des Einsatzes von Containern in der Architektur auf und stellt

die verschiedenen Typen vor. Heute werden nicht nur Standard-Seefracht-Container benutzt, sondern auch modulare Teile, die aus verschiedenen Materialien oder mit maßgeschneiderten Ausschnitten bestellt werden können. Erfahrungsberichte von Fachleuten beschreiben Pläne und Kosten sowie die Lösungsansätze für konkrete Problemstellungen. Für Architekten, Planer, Kulturaktivisten, Event- und Marketingmanager wird auf diese Art deutlich, ob und wann welcher Container für ein anstehendes Projekt am besten geeignet ist.

Architekt und Professor Han Slawik beschäftigt sich mit seinem Team seit Jahren theoretisch und praktisch mit Containerarchitektur und modularem Bauen und hat sich als internationaler Experte zu diesen Themen einen Namen gemacht.

Das Buch ist in englischer und deutscher Sprache erschienen.





titel  
**Cause and Effect**

untertitel  
**Visualizing Sustainability**

kategorie  
Grafikdesign

herausgeber  
Stephan Bohle, R. Klanten, S. Ehmann

ausstattung  
vollfarbig, Flexicover

seiten format  
240 21 x 26 cm

preis  
€ 39,90 (D)

isbn  
978-3-89955-443-4



über das buch

„Jute statt Plastik“ und Latzhosenästhetik waren gestern; dieses Buch zeigt die neue Bildsprache der Nachhaltigkeit.

„Die Kommunikationsindustrie ist das einzige Instrument, welches die Fähigkeit besitzt, in dem benötigten Ausmaß und in dem gegebenen engen Zeitfenster, das uns verbleibt, die notwendige Bildung für eine nachhaltige Entwicklung zu vermitteln.“—Lester Brown, Worldwatch Institute

Vor diesem Hintergrund erscheint *Cause and Effect: Visualizing Sustainability*, das erste Buch, das eine neue Bildsprache der Nachhaltigkeit übermittelt und sich auf die Frage bezieht, wie Kommunikationsmaßnahmen unser Verhalten gegenüber der Umwelt positiv beeinflussen kann.

Nachhaltigkeit ist keine Option, sondern eine Notwendigkeit, der sich auch Gestalter und ihre Auftraggeber stellen müssen. Firmen, Institutionen, NGOs und Politiker wollen sich als innovativ und verantwortungsbewusst präsentieren. Ob Marken und Produkte als nachhaltig wahrgenommen werden, entscheidet zukünftig über ihren Erfolg. Unterschiedlichste Zielgruppen sollen somit erreicht, sensibilisiert, überzeugt und zu einer bewussten Lebensweise angehalten werden. Doch „Jute statt Plastik“ und Latzhosenästhetik waren gestern; heute muss eine aktuelle Bildsprache gefunden werden.

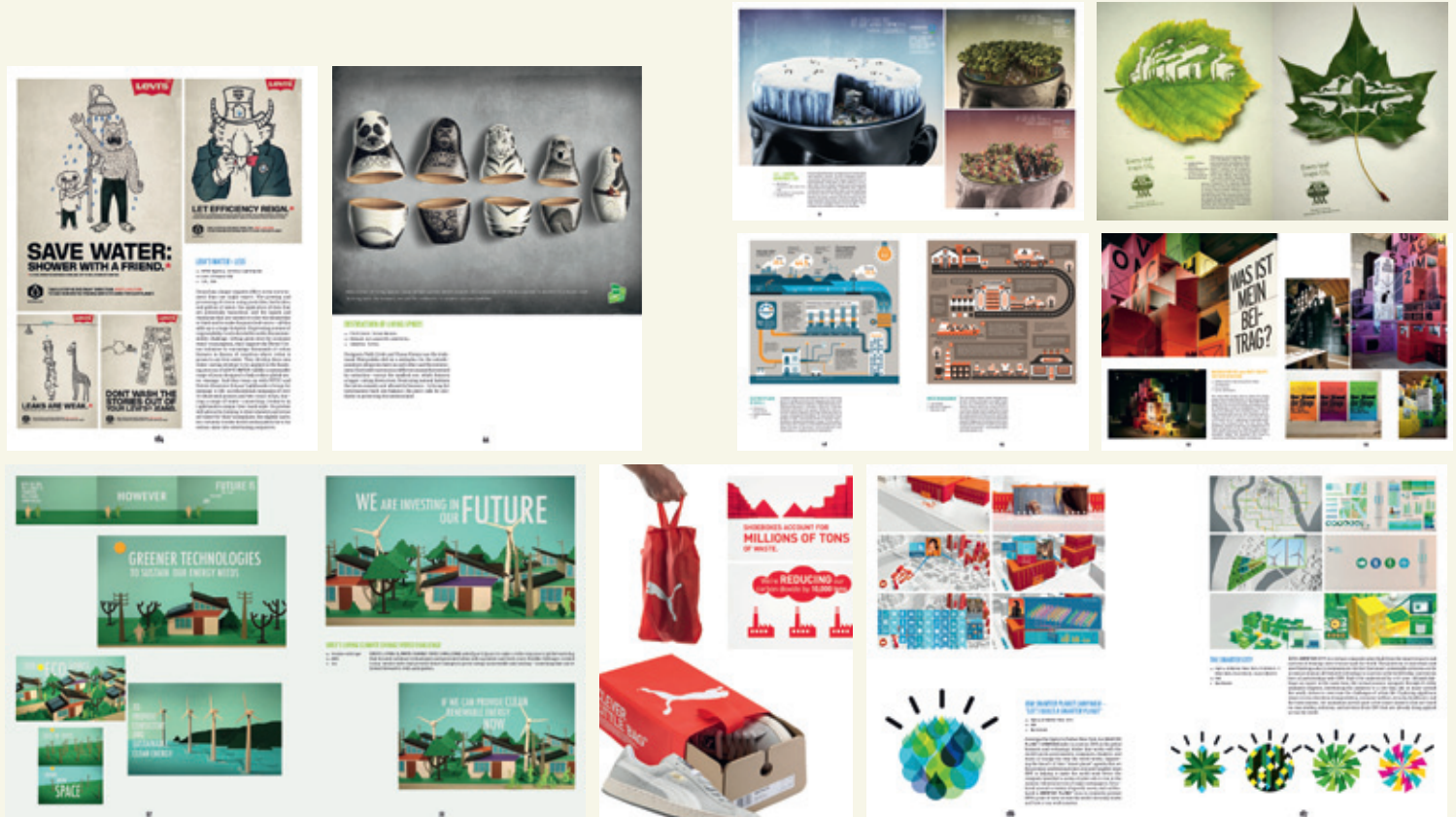
*Cause and Effect* versammelt Beispiele aus aller Welt, die eine zeitgemäße, glaubwürdige und nachvollziehbare Bildsprache rund um das Thema

Nachhaltigkeit entwickeln. Das Spektrum reicht dabei von Kampagnen, Plakaten, Broschüren und digitalen Medien bis Interventionen und Guerilla-Marketing. Grafikdesigns, Infografiken und Illustrationen kommen ebenso zum Einsatz wie Fotografien.

Die Beispiele in *Cause and Effect* inspirieren und fordern heraus, sie machen weitreichende Zusammenhänge und technische Prozesse deutlich, sie erklären und motivieren. Insgesamt zeigen sie eine unvergleichbare Bandbreite der relevantesten, intelligentesten und unterhaltsamsten Kommunikationsmaßnahmen und Lösungsansätze, die es um das Thema Nachhaltigkeit zurzeit gibt.

Mitherausgeber Stephan Bohle ist Gründer und Geschäftsführer von futurestrategy, einen Think Tank mit dem Fokus auf Nachhaltigkeitsstrategien und Nachhaltigkeitskommunikation. Zudem arbeitet das Beiratsmitglied der Deutschen Umweltstiftung als freier Berater und Dozent in den Bereichen Nachhaltigkeitsmanagement, Design und Marketing.

„Durchblättern und inspirieren lassen!“ (Biorama)





titel  
**Hand to Type**

untertitel  
**Scripts, Hand-Lettering  
and Calligraphy**

kategorie  
Typografie

herausgeber  
Jan Middendorp, H. Hellige, R. Klanten

ausstattung  
vollfarbig, Hardcover

seiten format  
240 24 × 30 cm

preis  
€ 39,90 [D]

isbn  
978-3-89955-449-6



über das buch

**Von der Schönheit und Kunst, handgeschriebene Schriften zu gestalten.**

*Hand to Type* ist eine Sammlung von handgefertigten 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 Schriftkünstlern 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 Middendorp mit herausragenden Kalligrafen und Schreibkünstlern durchgeführt hat. *Hand to Type* bietet auch seltene Einblicke in die Umwandlungsprozesse von handgearbeiteten Buchstaben in digitale Fontdateien. Renommierte 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.

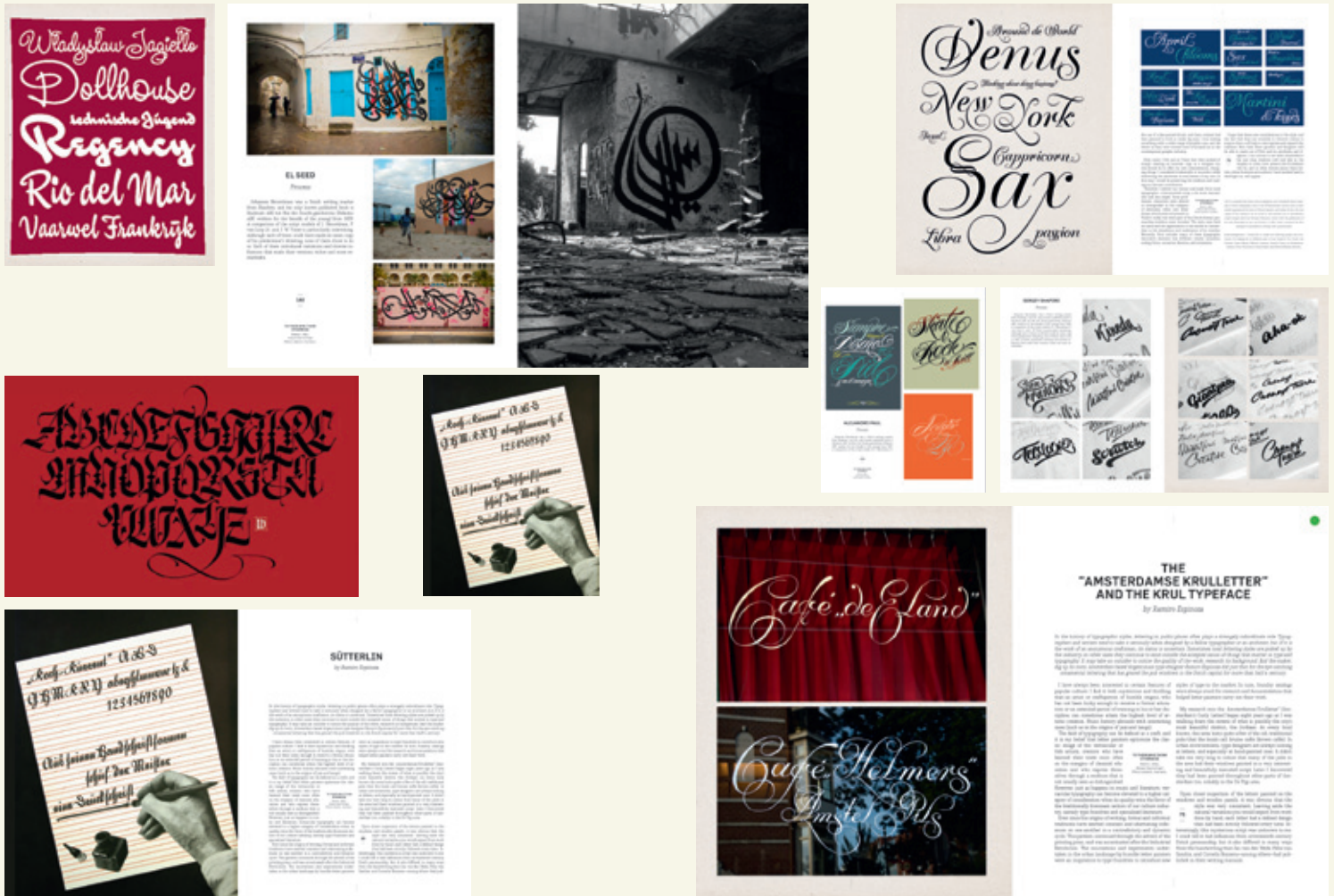
*Hand to Type* enthält Interviews mit Ken Barber, Timothy Donaldson, Tony Di Spigna, Gemma O'Brien, Luca Barcellona, Niels Shoe Meulmann, Brody Neuschwander, Gabriel Martínez Meave und Reza Abedini.

Mit Beiträgen von folgenden Designern:

Francesca Bassetton, Alison Carmichael, Allan Daastруп, Louise Fili, Cláudio Gil, Gray 318, Cyrus Highsmith, Brian Jaramillo, Seb Lester, Letman, Gabriel Martínez Meave, Erik Marinovich, Marina Marjina, Laura Meseguer, Greg Papagrigroriou, 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 and Dan Reynolds, Patrick Griffin, Florian Hardwig, Shoko Mugikura und Alexei Vanyashin.



titel

# Visual Storytelling

untertitel

## Inspiring a New Visual Language

kategorie

Grafikdesign

herausgeber

R. Klanten, S. Ehmann, F. Schulze

ausstattung

vollfarbig, Hardcover

seiten format

256 24 × 30 cm

preis

€ 44 (D)

isbn

978-3-89955-375-8



über das buch

Zwischen Infografik, Illustration und taktilem Design entsteht eine neue, informative und unterhaltsame Bildsprache.

Immer mehr Daten werden gesammelt. Immer mehr Informationen sind verfügbar. Zu jeder Zeit, an jedem Ort. Die wesentliche Herausforderung besteht darin, aus diesen Daten die wertvollen Informationen, die überraschenden Erkenntnisse und die relevanten Stories zu extrahieren.

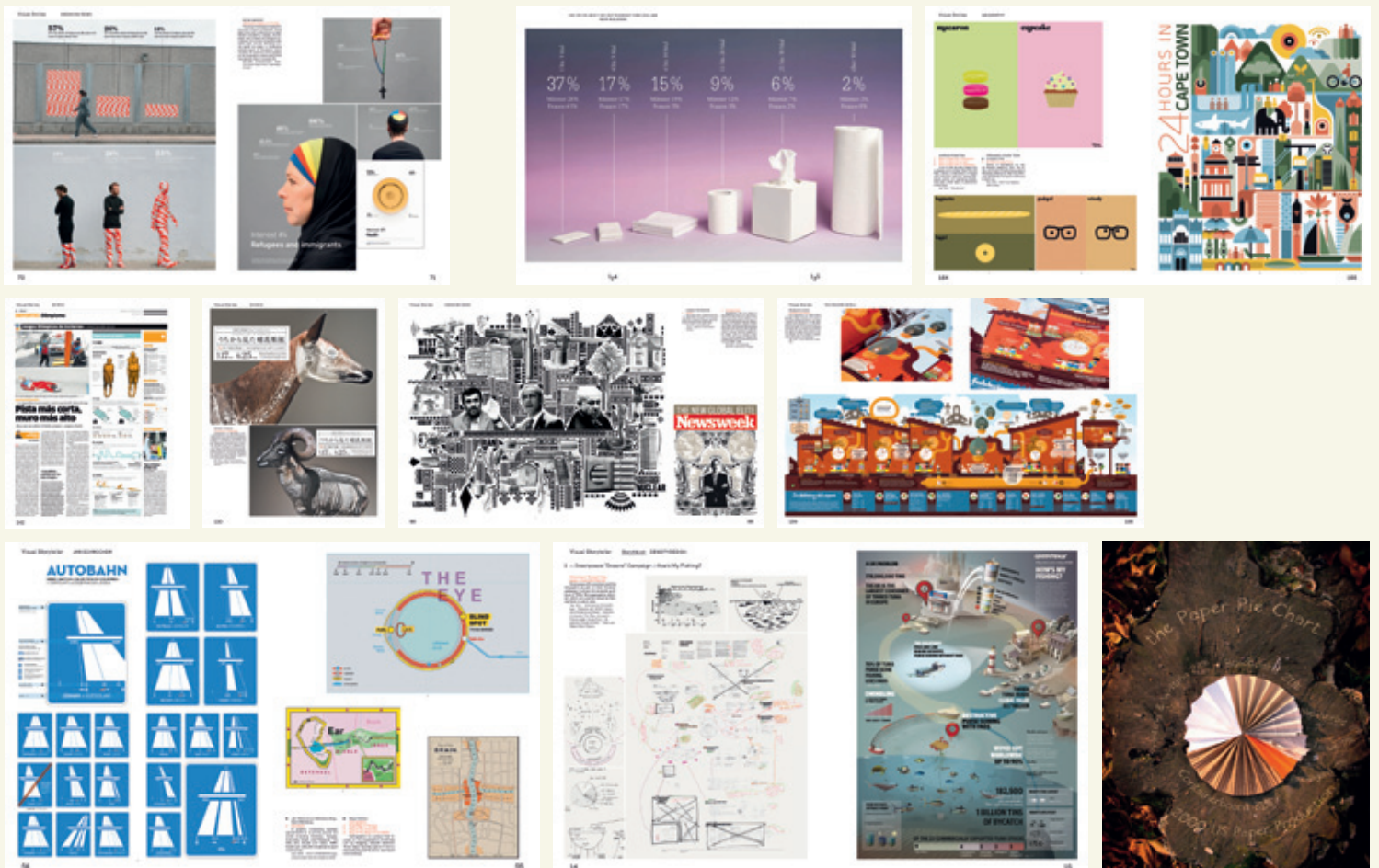
Eine neue Generation von Designern, Illustratoren, Grafikdesignern und Datenjournalisten nimmt diese Herausforderung an und entwickelt eine Vielfalt neuer visueller Darstellungsformen. Sie erweitern die kreative Bandbreite der bekannten Formen visuellen Erzählens und nutzen Grafikdesign, Infografik, Illustration und Fotografie, um Informationen in ebenso eleganter wie unterhaltsamer Weise zu vermitteln. In Tageszeitungen und Magazinen, auf Websites, in der Werbung, in Museen und in Geschäftsberichten wird die visuelle Darstellung von Zusammenhängen intensiv eingesetzt.

*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 reichhaltige Auswahl bahnbrechender Beispiele wird mit einer Einleitung und Texten von Magazinexperte Andrew Losowsky sowie Interviews mit der *New York Times*, Francesco Franchi, Density Design, Carl Kleiner, Antoine Corbineau, Golden Section Graphics, Les Graphiquants und Peter Grundy kontextualisiert und eingehend erläutert.

Die inspirierenden, kenntnisreichen, interaktiven und unterhaltsamen Arbeiten und Texte in *Visual Storytelling* zeigen auf, wie die Kontextualisierung von Informationen heute gestalterische und ästhetische Entwicklungen vorantreibt.

*„Angereichert mit Interviews (...) bietet das Buch ein breites Spektrum an Informationen und vor allem Inspirationen.“* (novum)





titel

# Introducing: Visual Identities for Small Businesses

kategorie  
Grafikdesign

herausgeber  
R. Klanten, A. Sinofzik

ausstattung  
vollfarbig, Hardcover

seiten format  
256 21 × 26 cm

preis  
€ 38 [D]

isbn  
978-3-89955-411-3



über das buch

## Geschäftsausstattung und Erscheinungsbild für kleine, kreative Unternehmen.

Derzeit möchten viele junge Leute, die kreative Berufe gelernt haben, wieder mit den Händen arbeiten oder direkten Kundenkontakt haben, anstatt in einem Großraumbüro zu sitzen. Kleine Unternehmen aller Art werden heute überall auf der Welt von diesen Kreativen gegründet. Es entstehen Ladenlokale und andere Locations mit eigenem Charakter, die oft gleichzeitig Büro, Werkstatt, Lager und lokaler Treffpunkt Gleichgesinnter sind. Ob Florist, Fleischer oder Yogastudio – diese jungen Unternehmen benötigen ein eigenständiges, ganzheitliches Erscheinungsbild, das zu ihrer besonderen Dynamik passt.

*Introducing: Visual Identities for Small Businesses* stellt neuartige visuelle Auftritte solcher Unternehmen vor. Die frischen Arbeiten spiegeln die Kreativität wider, die ihre Gründer mit ihren Geschäftsideen ausleben, und kommunizieren sie effektiv nach außen. Die im Buch präsentierten Beispiele bedienen die Bandbreite der wichtigsten Gestaltungstrends von heute – von minimalistisch und klassisch modern über retro und letterpress-nostalgisch bis spielerisch und skurril. Alle zeigen klar und deutlich, dass eine über-

zeugende visuelle Unternehmensidentität kein großes Budget benötigt und dass der Umgang mit Einschränkungen für das Erreichen einer originellen, schlüssig umgesetzten Idee durchaus kreativitätsfördernd wirken kann.

Die Auswahl der in *Introducing: Visual Identities for Small Businesses* porträtierten Projekte ist weder auf vorab definierte Branchen noch auf spezielle Kommunikationsmittel oder Stile begrenzt: Das pastellfarbene Briefpapier einer Heiratsvermittlung oder die kreidebeschriftete Preistafel der heimelig dekorierten Bäckerei um die Ecke sind nicht weniger relevant als die von Hand gesetzte Visitenkarte eines Grafikdesigners. Es ist nicht die Ausrichtung oder Umsetzung, sondern vielmehr die individuelle Herangehensweise und unternehmerische Eigeninitiative, die all die unterschiedlichen Projekte im Buch thematisch zusammenhält.

„Oft erzwingen begrenzte Möglichkeiten besonders kreative Lösungen – wie vielfältig sie ausfallen können, zeigt der vorliegende Band.“ (novum)





titel

# Let's Go Out!

untertitel

## Interiors and Architecture for Restaurants and Bars

kategorien

Architektur, Essen und Trinken

herausgeber

R. Klanten, S. Ehmann, S. Borges

ausstattung

vollfarbig, Hardcover

seiten format

288 24 × 28 cm

preis

€ 39,90 (D)

isbn

978-3-89955-451-9



über das buch

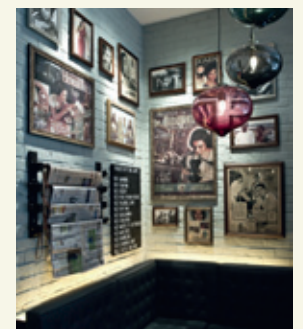
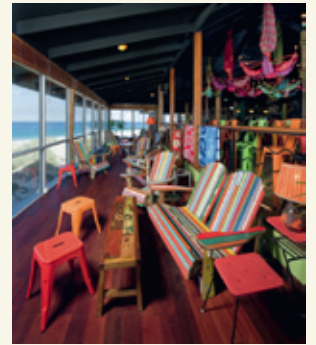
## Richtungsweisende Architektur und Inneneinrichtung für Restaurants, Bars und Clubs.

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, Innenausstatter, 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 Querschnitts von Restaurant, Cocktail Bar 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.

*„Im 288-seitigen Bildband findet sich so manches Juwel zeitgenössischer Inneneinrichtung.“* (schoener-wohnen.de)





titel  
**Taken By Surprise**

untertitel  
**Cutting-Edge Collaborations between Designers, Artists and Brands**

kategorien  
Style, Architektur

herausgeber  
R. Klanten, S. Ehmann, A. Sinofzik

ausstattung  
vollfarbig, Hardcover

seiten format  
288 24 x 30 cm

preis  
€ 49,90 [D]

isbn  
978-3-89955-421-2



über das buch

**Geschichte Markenkommunikation verbreitet sich im Informationszeitalter nahezu von selbst.**

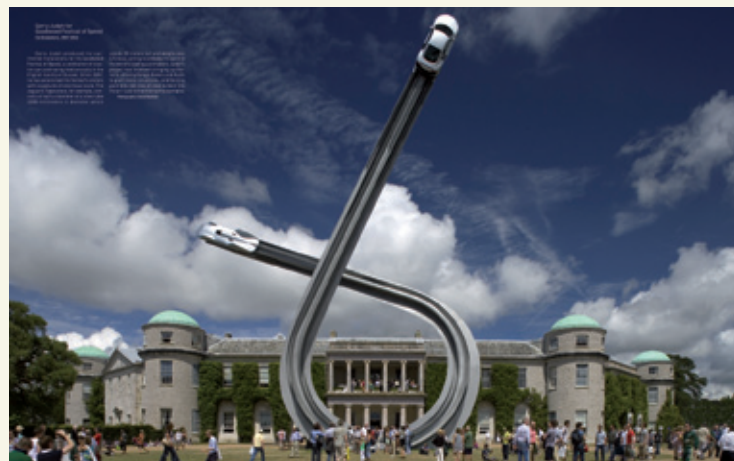
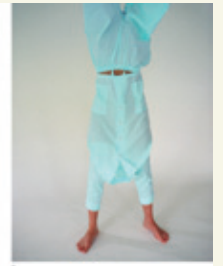
Wer sich heute mit Markenkommunikation befasst, steht vor grundlegenden Herausforderungen. Konsumenten werden kritischer und anspruchsvoller, filtern immer stärker das wirklich Relevante aus der Informationsflut heraus. Damit sind sie für herkömmliche Marken- und Werbebotschaften immer schwerer zu erreichen.

*Taken By Surprise* präsentiert Kommunikationsmaßnahmen, die überraschend raffiniert und relevant genug sind, um diese Hürde zu nehmen. Die Bandbreite reicht von limitierten Produkten und Signature-Kollaborationen, die im Zusammenspiel von Marken, Künstlern und Designern entstanden sind, wie zum Beispiel die Zusammenarbeit zwischen Julian Schnabel und Maybach, Issey Miyake und Dyson, Sagmeister und Levi's, Olafur Eliasson und BMW, Jonathan Meese und Stählemühle oder Terry Richardson und Colette bis hin zu einfallreichen Projekten von Damien Hirst, Red Hot Chili Peppers-Bassist Flea, David Lynch, Geoff McFetridge und Pharrell Williams.

Das Buch stellt unter anderem auch beeindruckende Exklusiv-Events, sagenhafte Messestände, Werbegeschenke, die zu Sammlerstücken wurden, und einzigartige Guerilla-Kampagnen zur Schau. Porträts von Innovatoren wie Maison Martin Margiela, Bompas & Parr, Fiona Leahy, Krink und Trigger Happy Productions verleihen Einblick in den strategischen Prozess ihrer Entstehung und Umsetzung.

Somit bietet *Taken By Surprise* Werbeagenturen, Designern und Marketing-Abteilungen über 280 Seiten Inspiration für die Entwicklung von originelleren, ausgefalleneren und attraktiveren Konzepten für Markenkommunikation als je zuvor.

„(...) beantwortet die Glaubensfrage, ob eine Allianz von Kunst und Kommerz unheilig sei, mit einem gut gelaunten: so what?“ (A&W)





titel  
**Once in a Lifetime**

untertitel  
**Travel and Leisure Redefined**

kategorien  
Style, Architektur

herausgeber  
Marie Le Fort, R. Klanten, S. Ehmann

ausstattung  
vollfarbig, Hardcover

seiten format  
256 24 × 30 cm

preis  
€ 39,90 (D)

isbn  
978-3-89955-419-9



über das buch

**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.

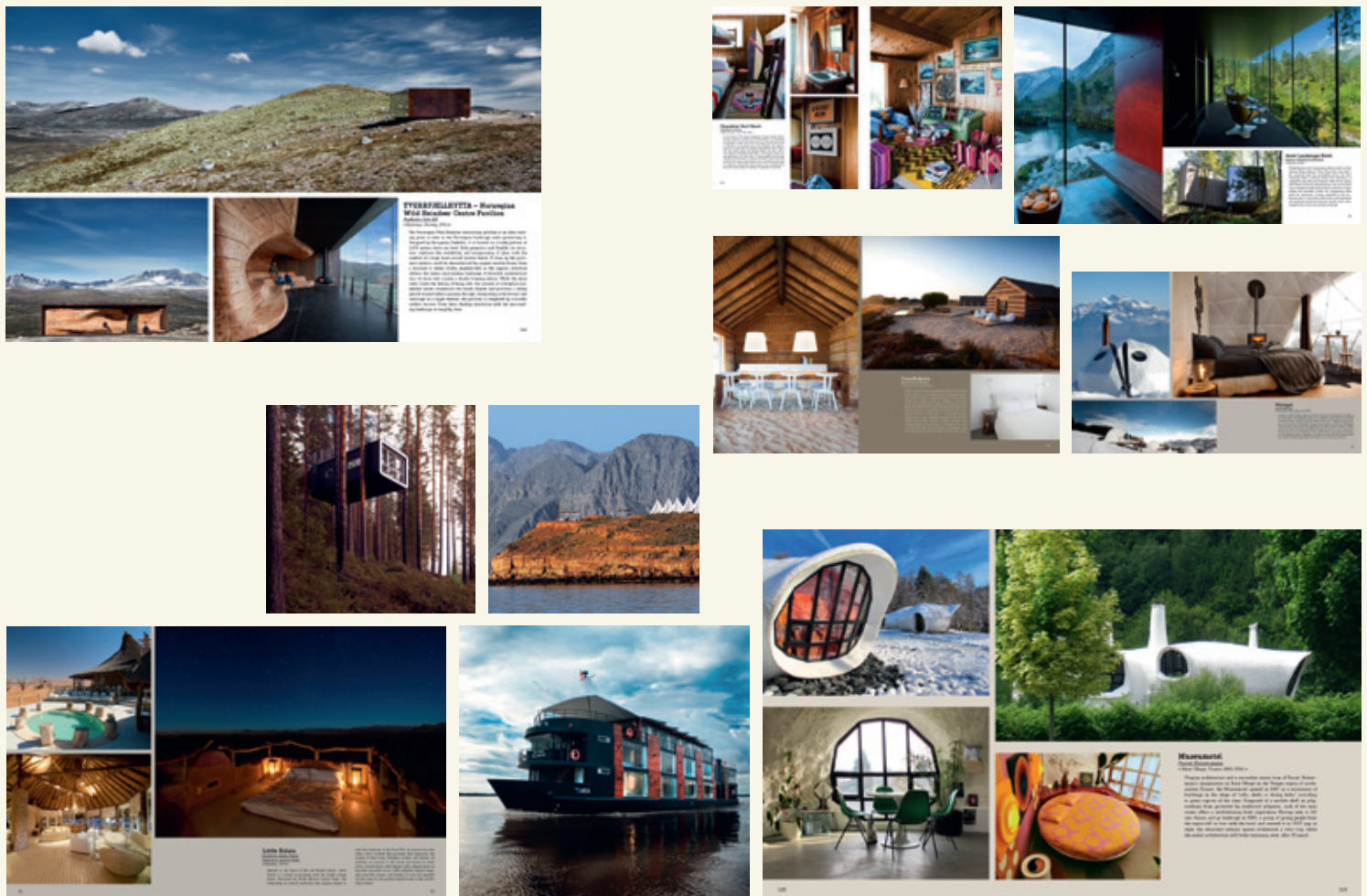
Von verwunschenen Baumhaushotels und Glampingplätzen zu wunderbaren Eco- und Wellness-Resorts. Von Farmen zum Mitmachen über glamouröse Häuser, Züge und Schiffe bis zu schlichten Hotels an spektakulären Orten. Egal wo, es geht nicht um oberflächlichen Pomp, sondern um eine bewusste Entscheidung für Qualität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

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*.

*„Wenn Sie das Buch Once in a Lifetime in die Hand nehmen, ist es um Sie geschehen.“* (Geo.de)

*„Wer dieses Buch in den Händen hält, wird von Fernweh übermannt.“* (WOHNREVUE)

*„Dieser Bildband zeigt die schönsten Orte der Welt, an denen man mal übernachtet haben sollte – vom Baumhaus bis zum Supernobelhotel.“* (GQ.de)





titel  
**Going Public**

untertitel  
**Public Architecture,  
Urbanism and Interventions**

kategorie  
Architektur

herausgeber  
R. Klanten, S. Ehmann, S. Borges, L. Feireiss

ausstattung  
vollfarbig, Hardcover

seiten format  
272 24 × 30 cm

preis  
€ 49,90 [D]

isbn  
978-3-89955-440-3



über das buch

## Die Wiederbelebung des öffentlichen Raumes.

Die Architektur der letzten Jahrzehnte war vom Bedürfnis nach Repräsentation und dem Wunsch nach Abgrenzung geprägt. In jüngster Zeit ist eine wachsende Gegenbewegung entstanden, die auf den öffentlichen Raum als Möglichkeit für Begegnung, Austausch und gemeinsame Erlebnisse setzt. *Going Public* präsentiert diese kreative Erneuerung unserer städtischen und außerstädtischen Landschaften. Die ausführliche Sammlung legaler und geplanter aber auch inoffizieller Interventionen und Regenerationen verdeutlicht den enormen Umfang der aktuellen ästhetischen und funktionalen Renaissance der öffentlichen Architektur. Die hier aufgeführten Projekte zielen auf unterschiedlichste Ansätze, wie zum Beispiel die Förderung der zwischenmenschlichen Kommunikation und Stärkung des kommunalen Bewusstseins bis hin zu einem Entwurf zur verbesserten Teilhabe und Verbundenheit mit der Natur.

Durch den Wandel von der Industrie- zur Informationsgesellschaft entwickeln Städte neue Potenziale. Wo früher Kirchen und Marktplätze den Mittelpunkt gesellschaftlichen Lebens bestimmten, entstehen heute Gemeindezentren einer anderen Art. Neben Transformationen von bestehenden Plätzen, Parks

und Ufern zeigt *Going Public* Gemeinschaftsgärten, Freiluftkinos, temporäre Installationen und andere Kulturprojekte, die neu errichtet wurden. Auch innovative Lösungen für klassische Anforderungen der Stadtmöblierung wie Bänke und Pavillons finden im Buch ihren Platz.

Darüber hinaus präsentiert *Going Public* Projekte, die uns aus dem städtischen Raum heraus in die Natur führen. Zeitgemäße Ruhestätten, Aussichtstürme, Aussichtsplattformen, Lehr- und Wanderpfade nutzen den öffentlichen Raum anders als ihre traditionellen Pendanten und ermöglichen so einen anderen Zugang zu Landschaft und Natur.

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.

„[...] derart inspirierend, dass es zur Pflichtlektüre für alle Stadt- und Landschaftsplaner werden sollte.“ (artline Kunstportal)





titel

# The Sky's the Limit

untertitel

## Applying Radical Architecture

kategorie

Architektur

herausgeber

R. Klanten, S. Ehmann, S. Borges

ausstattung

vollfarbig, Hardcover

seiten format

288 24 × 30 cm

preis

€ 49,90 [D]

isbn

978-3-89955-422-9



über das buch

### Die neuen Möglichkeiten unmöglicher Räume und Gebäude.

In der Architektur scheint nichts mehr unmöglich. Jede Form, jeder Raum, jede noch so visionäre, radikale oder absurde Idee scheint nicht nur denkbar, sondern auch technisch machbar. Moderne Materialien und digitale Konstruktionswerkzeuge tragen wesentlich dazu bei, dass eine neue Generation von Architekten, Ingenieuren und Gestaltern die Wunschbilder der Vergangenheit in die Realität überführt. Dabei entstehen ebenso skulpturale wie atmosphärische Räume, Gebäude und Installationen. Was diese Strukturen aber von den Exzessen der frühen Jahre des neuen Millenniums unterscheidet ist, dass sie den Einsatz spielerischer und experimenteller Elemente mit rigoroser Nutzbarkeit kombinieren. Trotz ihrer Radikalität wird darin gelebt und gearbeitet.

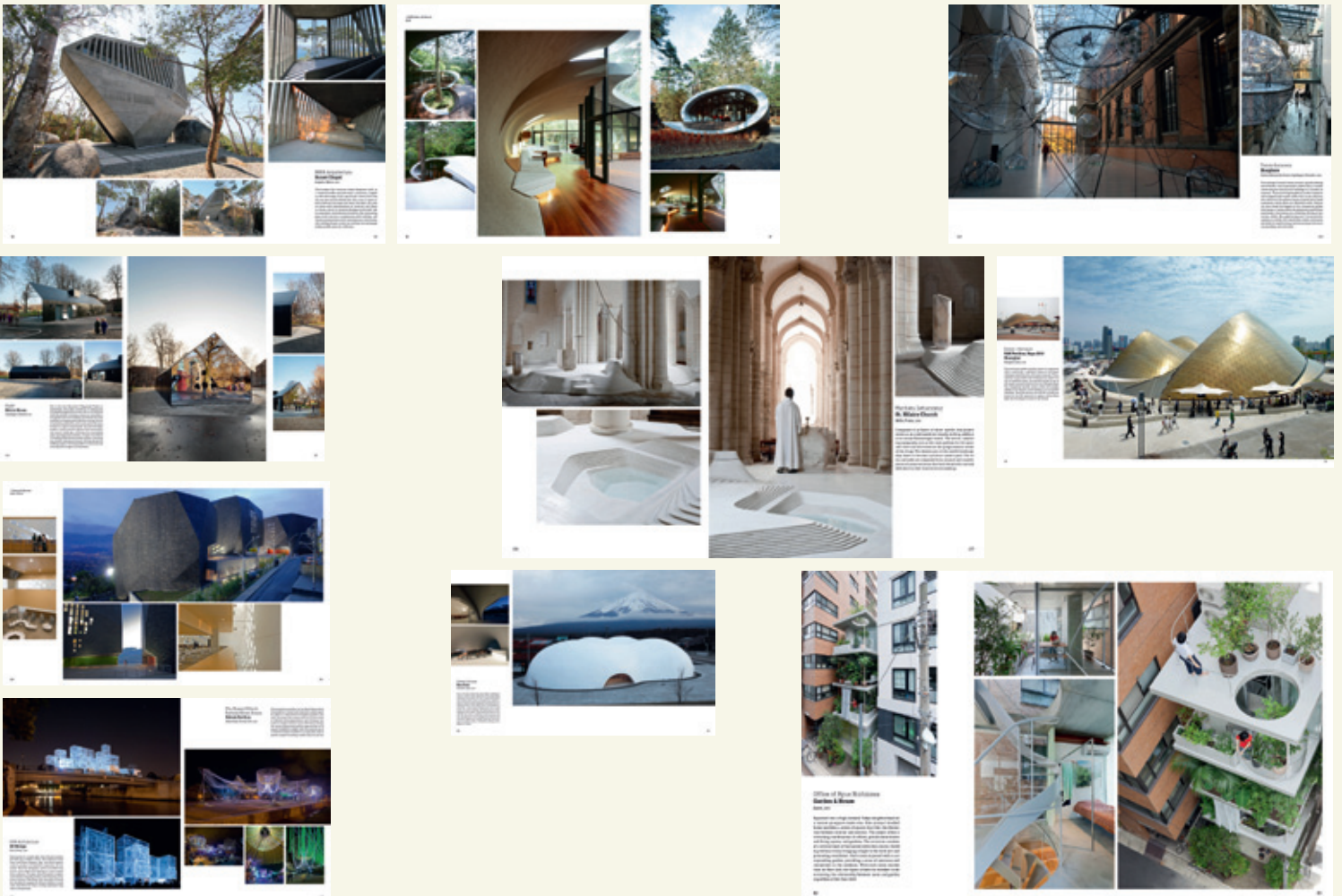
*The Sky's the Limit* zeigt die Arbeiten von jungen und etablierten Protagonisten dieser Entwicklung aus aller Welt. Das Spektrum reicht von spektakulär geformten Strukturen und Fassaden bis zu neuartigen Ausprägungen von

Wänden, Decken und Böden. Temporäre Projekte und urbane Interventionen finden sich darunter ebenso wie dauerhaft geplante Bauwerke, Außen- ebenso wie Innenräume.

*The Sky's the Limit* fordert Architekten, Ingenieure, Interiordesigner, Künstler, Messebauer, Materialexperten und Ausstellungsplaner gleichermaßen heraus, neu zu sehen, weiter zu denken und anders zu bauen. Das Buch ist eine visuelle Reise an die Grenzen unserer räumlichen Vorstellungskraft, an der heute aber tatsächlich schon gebaut wird.

„(...) wir staunen über die Parade gebauter Zukunftsformeln in diesem meisterhaften Band.“ (Häuser)

„Die wunderbaren Fotos laden ein, sich von den zahlreichen Projekten auf eine inspirierende Reise um die Welt mitnehmen zu lassen.“ (BauNetz Wissen)





titel  
**Lingua Digitalis**

von  
**Mutabor**

untertitel  
**Dictionary for a  
Connected World**

kategorie  
Grafikdesign

ausstattung  
vollfarbig, Flexicover, Querformat, inkl.  
gratis Downloads von 150 lizenzfreien Icons

seiten format  
192 20 × 14 cm

preis  
€ 29,90 [D]

isbn  
978-3-89955-455-7



über das buch

## 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 über die Gestaltung von Printmedien bis hin zu Showrooms und großen Automobilmesse-Auftritten. Ein wichtiger Teil ihrer Arbeit ist die optimale Markenpräsentation im digitalen Umfeld.

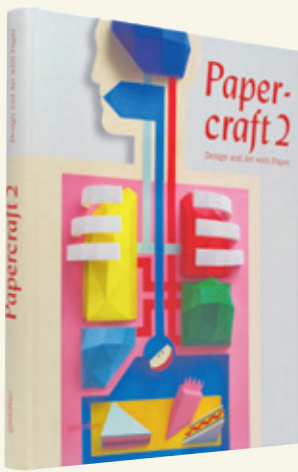
In *Lingua Digitalis* zeigt Mutabor anschaulich, wie man Logos und Icons für digitale Medien wie iPad, Apps oder Interface Design entwickelt. Anhand von mehr als tausend Beispielen und zum Teil unveröffentlichten Piktogrammen erklärt das Buch den Entstehungsprozess der Arbeiten aus der strategischen

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 interaktiven 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

# Papercraft 2

untertitel

## Design and Art with Paper

kategorien

Grafikdesign, Kunst

herausgeber

R. Klanten, B. Meyer

ausstattung

vollfarbig, Hardcover, inkl. DVD

seiten format

256 24 × 30 cm

preis

€ 44 (D)

isbn

978-3-89955-333-8



über das buch

## Herausragende Gestaltung mit Papier.

Kein anderes Material hat die Entwicklung der Menschheit so sehr geprägt wie Papier. Als Papier in unserem digitalen Zeitalter als Medium zur zeitnahen Informationsübermittlung verstärkt an Bedeutung verlor, entdeckten Gestalter und Künstler zunehmend seine bleibenden kreativen Möglichkeiten. Dieser Trend zur Gestaltung mit Papier ist seither ungebrochen.

In den letzten Jahren haben kreative Disziplinen wie Szenografie, Modedesign und Werbung die vielfältigen Möglichkeiten dieses Werkstoffes für sich entdeckt, neue Ideen eingebracht und vorhandene Techniken perfektioniert. Die Einsatzgebiete und Ausdrucksformen von Arbeiten mit Papier haben eine ungeahnte Breite und Qualität erreicht.

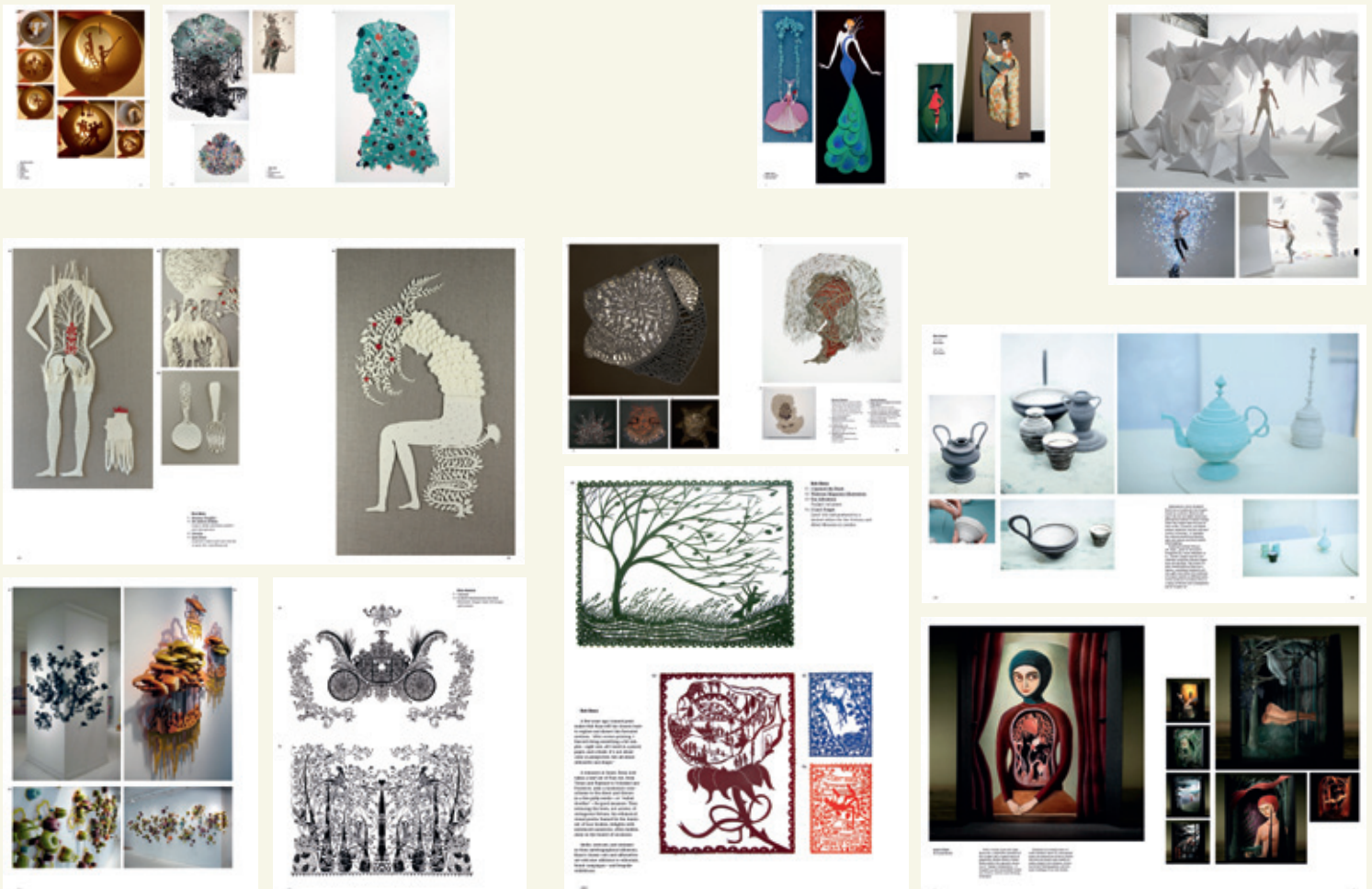
*Papercraft 2* zeigt anhand zahlreicher neuer Projekte die aktuelle Entwicklung zeitgemäßer Gestaltung mit Papier und Pappe. Das Buch dokumentiert, wie Designer mithilfe der unterschiedlichsten Techniken, vom Schneiden über Falten und Kleben bis hin zum Schichten und Collagieren, auf höchstem gestalterischen Niveau Kommunikationsdesign und Produkte sowie Kunstwerke

aus Papier und Karton erschaffen. Dabei ist ein deutlicher Qualitätsschub gegenüber früheren Arbeiten zu erkennen, denn neben Illustrationen, Skulpturen und dreidimensionalem Grafikdesign werden komplexe räumliche Installationen, Mode und Kunstobjekte geschaffen, die auf aktuelle Gestaltungstrends reagieren und ihrerseits andere Gestaltungsdisziplinen inspirieren.

Die über 250 Seiten des Buches sowie zusätzliches Bonus-Videomaterial auf DVD machen *Papercraft 2* zur Dokumentation der kreativen Möglichkeiten, die dem ursprünglichen Grundstoff für Informationsübermittlung innewohnen.

*„Dass dieses Material viel mehr auf dem Kasten hat als nur triste Schreiberunterlage zu sein, beweist der (...) Bildband auf wunderschön anzusehende Weise.“* (KUNST Magazin)

*„Eine umfassende Nachzeichnung der interdisziplinären Projekte, die den aktuellsten Stand des Arbeitens mit Papier in Kunst und Design zeigen.“* (HANDMADE Kultur)



titel

## Learn for Life

untertitel

New Architecture for  
New Learning

kategorie

Architektur

herausgeber

S. Ehmann, S. Borges, R. Klanten

ausstattung

vollfarbig, Hardcover

seiten format

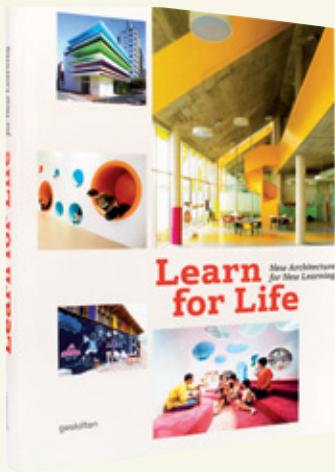
288 24 × 30 cm

preis

€ 44 [D]

isbn

978-3-89955-414-4



über das buch

## Neue Räume für ein neues Lernen – nicht nur in Kindergärten, Schulen und Universitäten.

Wie gut und wo wir lernen hängt unmittelbar zusammen. In unserem digitalen Zeitalter stellen Medien eine ungeheure Menge an Wissen zur Verfügung. Dessen Vermittlung gestaltet sich zwangsläufig anders als früher, denn Frontalunterricht ist nicht mehr zeitgemäß. Die Räumlichkeiten, in denen wir in verschiedenen Alters- und Lebenssituationen lernen, müssen heutigen Anforderungen gerecht werden und sehen dadurch anders aus. Neue Lernorte fördern das Lernen, indem sie uns inspirieren und Hilfsmittel bereitstellen sowie neue Möglichkeiten für effektive Zusammenarbeit und den Austausch von Wissen in Gruppen eröffnen.

*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.

Die Beispiele in *Learn for Life* zeigen auch, wie man Farben, Beleuchtung und Raumordnung sowie Spielelemente und Überraschungsmomente kreativ einsetzen kann, um Lernziele zu erreichen. Die Ergebnisse machen deutlich, dass der kreative Einsatz von Architektur und Interior Design der Wissensvermittlung nicht nur einen neuen physischen Rahmen gibt, sondern auch den Lernprozess insgesamt beleben und zeitgemäß voranbringen kann.

„Der wunderbare Bildband (...) stellt uns neue Räume und interessante Konzepte (...) vor.“ (AIT)



titel

## A Girl's Best Friends

untertitel

## Creative Jewelry Design

kategorien

Produktdesign, Style

herausgeber

R. Klanten, S. Ehmann

ausstattung

vollfarbig, Hardcover

seiten

256

format

17 × 24 cm

preis

€ 29,90 (D)

isbn

978-3-89955-418-2



über das buch

## Kreatives Schmuckdesign jenseits von Luxus und Pomp.

Schmuck ist im Trend. Ob Glamour, Gothic, Pop oder Minimalismus – rund um eines der ältesten und immer wieder innovativsten Kulturgüter der Welt finden sich derzeit viele ungewöhnliche Entwürfe, Materialien und Gestalter. *A Girl's Best Friends* dokumentiert diese Entwicklung durch eine eklektische Auswahl aktueller Arbeiten aus aller Welt.

Schmuck ist Vielfalt. Seine Formsprache reicht von traditionell bis modern. Geometrische Formen finden sich ebenso wie organische, Elemente der Folklore ebenso wie die Idee der Collage. Die Palette der verarbeiteten Materialien reicht dabei von Gold, Silber und Edelsteinen bis zu Kunststoff, Porzellan, Leder, Holz, Federn oder Haar. Daraus entstehen Ketten, Ringe, Armreifen, Ohringe und Broschen, aber auch experimentelle, körpererweiternde Dekorationen.

*A Girl's Best Friends* zeigt Arbeiten von herausragenden Schmuckdesignern wie Ted Noten, Saskia Diez, byAMT oder Kelsey Quan, Modelabels wie Bless,

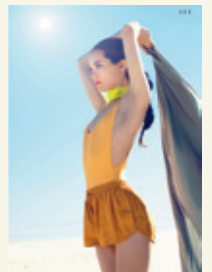
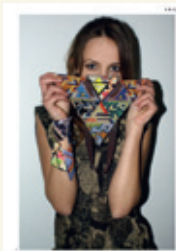
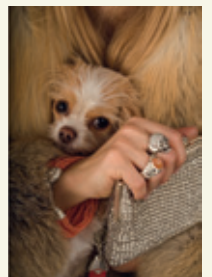
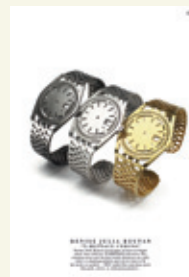
technologisch innovativen Künstlern wie Nervous System und Gestaltern aus anderen Bereichen.

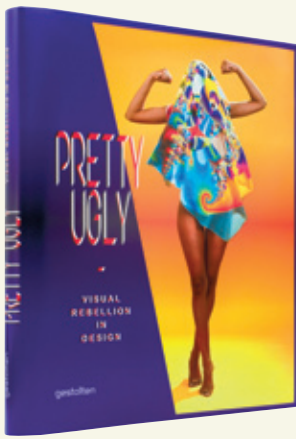
Somit eröffnet *A Girl's Best Friends* eine umfassende, neue und andere Sichtweise auf den Schmuck von heute.

„Genauso wie die Kronjuwelen westlicher Königshäuser – allerdings ohne Gold und Edelsteine.“ (SPIEGELonline)

„Innovative Konzepte, außergewöhnliche Materialien und mutige Designer beleben die zeitgenössische Schmuckszene.“ (Goldschmiede Zeitung)

„Der Bildband (...) zeigt die Entwicklungen neuester Trends des Schmuckdesigns und bietet eine beeindruckend vielfältige Auswahl von Arbeiten herausragender Schmuckdesigner.“ (Schmuck Magazin)





titel  
**Pretty Ugly**

untertitel  
**Visual Rebellion  
in Design**

kategorien  
Style, Grafikdesign

herausgeber  
TwoPoints.Net  
ausstattung  
vollfarbig, Flexicover

seiten format  
224 21 × 26 cm

preis  
€ 35 [D]

isbn  
978-3-89955-423-6



über das buch

## Ästhetische Randalen von den Vorreitern künftiger Gestaltung.

Über Schönheit lässt sich nicht streiten. Das Gemälde *Les Femmes d'Alger* von Picasso wurde als hässlich verschmäht, gilt aber heute als Wendepunkt der Malerei. Die Ballettmusik *Le Sacre du Printemps* von Strawinsky verursachte bei der Uraufführung einen Skandal, gilt aber nun als Schlüsselwerk des 20. Jahrhunderts.

Während Kunst hässlich sein durfte, musste Design funktionieren. Obwohl sich seit Hunderten von Jahren in der Kunst neue Stile nach ästhetischen Umbrüchen etablieren, haben neue Trends im Design und in der visuellen Kommunikation lange Zeit nur versucht auf andere Weise ansprechend zu wirken. Seit ein paar Jahren jedoch verweigern sich auch Kreative aus diesen Bereichen dem etablierten Verständnis von Schönheit. Dada-Grafik oder nicht lesbare Typografie werden benutzt, um Eigenheit zu reklamieren und Aufmerksamkeit zu erregen.

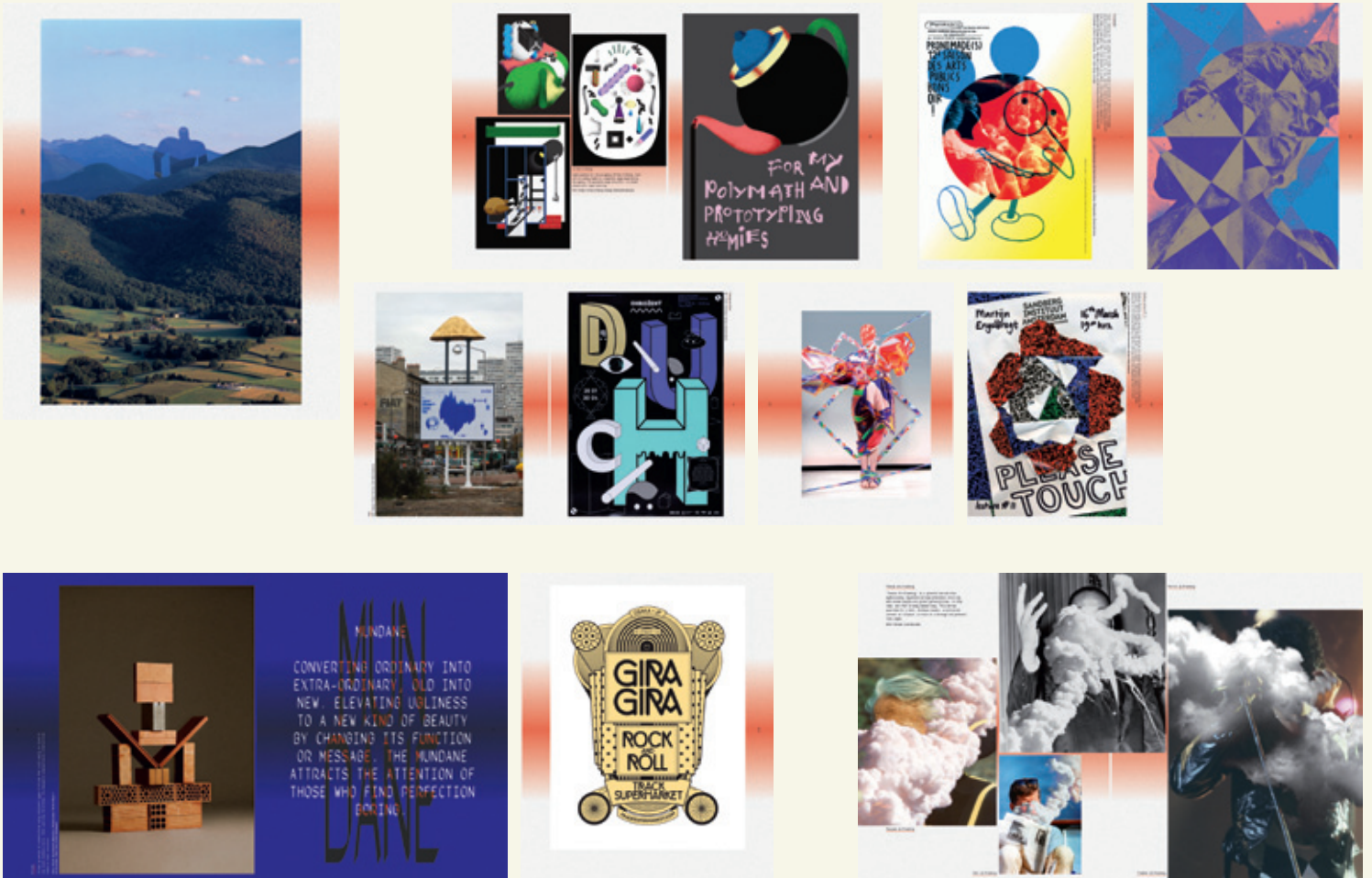
*Pretty Ugly* versammelt reichhaltige Beispiele dieser aktuellen visuellen, methodologischen und konzeptionellen Rebellion nicht nur im Grafikdesign und in der visuellen Kommunikation, sondern auch in Möbeldesign, Modedesign,

Schmuckdesign, Skulptur, Kunst und Fotografie. Hier werden die Vorreiter der ästhetischen Randalen gezeigt, wie zum Beispiel Antoine & Manuel, Mirko Borsche, Maarten Baas, Non-Format, Raf Vancampenhoudt und Vier5, die bewusst disharmonische Formen, Farben und Perspektiven auswählen.

Die Arbeiten in *Pretty Ugly* zeigen deutlich, dass eine führende Positionierung heutzutage weniger vom gekonnten Handwerk entschieden wird, sondern viel mehr über den erfolgreichen Einsatz identitätsstiftender Elemente, die von der Mehrzahl noch als hässlich empfunden, vom Kenner jedoch erkannt und geschätzt werden. Aufschlussreiche Interviews mit Bethan Laura Wood, Cox & Grusenmeyer, Drawsword's Rob van den Nieuwenhuizen und Nacho Carbonell stützen die Tatsache, dass dieses aktuelle Phänomen einen enormen Einfluss auf die Gestaltung von morgen hat.

„Das erste Manifest für das zeitgenössische Anti-Design.“ (art-magazin.de)

„Schöner als makellose Schönheit.“ (LigaStudios)





titel

# Echoes of the Future

untertitel

## Rational Graphic Design & Illustration

kategorien

Grafikdesign,  
Illustration

herausgeber

R. Klanten, H. Hellige

ausstattung

vollfarbig, Softcover

seiten format

176 24 × 28 cm

preis

€ 35 [D]

isbn

978-3-89955-413-7



über das buch

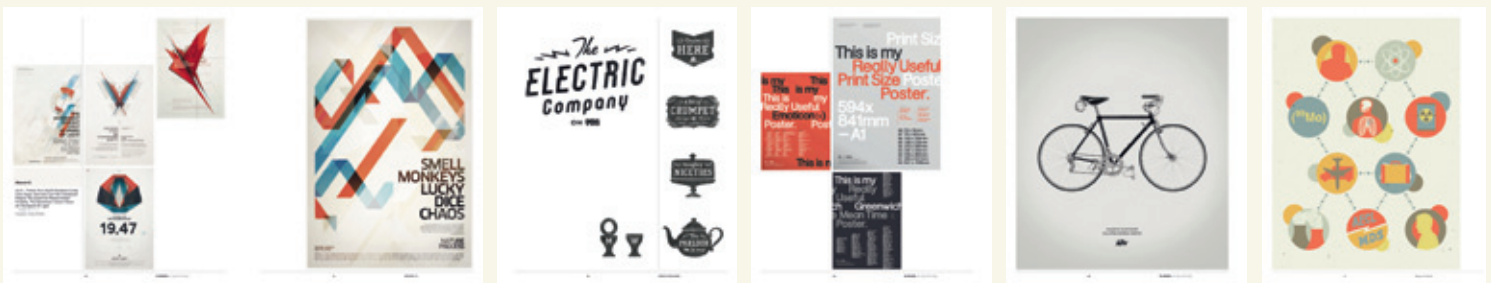
## Das neue Streben nach langlebiger Gestaltung in der Grafik und Illustration.

Heute beziehen junge Grafiker zunehmend Prinzipien der klassischen Moderne und anderer Stile der Vergangenheit wie Letterpress in den Gestaltungsprozess ein. Statt sie zu kopieren, werden sie so synthetisiert, dass eine neue Ästhetik daraus entsteht, 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.

Jetzt zeigt *Echoes of the Future* die weitere Evolution dieser aktuellen gestalterischen Entwicklung. Das Buch versammelt Grafikdesign und Illustration, die weitgehend mit einer bewusst eingeschränkten Palette an

Stilmitteln geschaffen wurden. So entstehen Arbeiten, die älter wirken und Langlebigkeit ausstrahlen. Diese angestrebte Nachhaltigkeit steht im Gegensatz zum schnellen Wechsel von Stilen in den letzten Jahren und der visuellen Vergreisung, die daraus entsteht. Gerade in unsicheren wirtschaftlichen Zeiten nutzen Marken, Produkte und Geschäfte besonders oft eine Visualisierung, die den Eindruck von Seriosität und Dauerhaftigkeit vermittelt.

*Echoes of the Future* ist eine inspirierende Kollektion von hervorragenden Arbeiten, die ein kollektives visuelles Gedächtnis bedienen und dabei ebenso zeitgemäß wie zeitlos sind.



titel  
**Letman**

von  
**Letman**

untertitel  
**The Artwork and Lettering  
of Job Wouters**

ausstattung  
vollfarbig, Hardcover

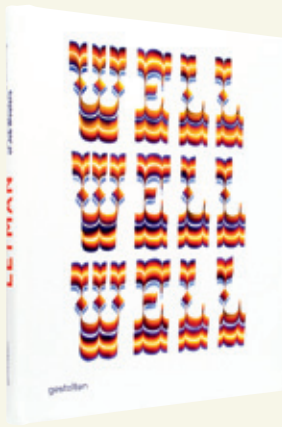
seiten format  
160 21 x 26 cm

preis  
€ 29,90 [D]

isbn  
978-3-89955-453-3



kategorien  
Grafikdesign,  
Illustration



über das buch

## Letman setzt mit seinen typografischen Kompositionen neue Maßstäbe in der Verbindung von Illustration und Handschrift.

Unter dem Künstlernamen Letman ist der Niederländer Job Wouters weltbekannt und setzt in der Verbindung von Illustration und Handschrift neue Maßstäbe. Letman kreiert nicht nur meisterhafte dekorative Buchstaben und Schriftbilder, sondern erschafft in seinen Arbeiten ein spannendes Hybrid aus Grafikdesign, Siebdruck, Graffiti, Illustration und Malerei.

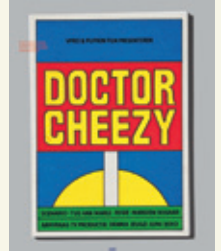
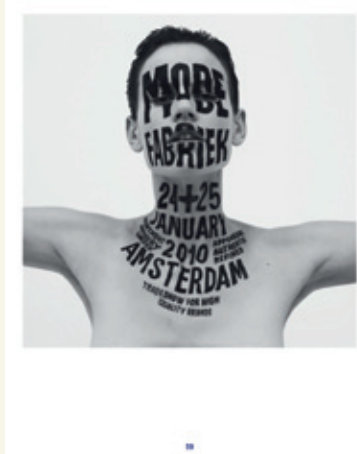
Die handgeschriebenen Schriftzüge von Letman verweisen auf Einflüsse aus orientalischen Zeichensystemen. Für seine typografischen Kompositionen wurde er schon von Kunden wie Audi, Heineken, Tommy Hilfiger, Eastpak und Universal beauftragt. Im Bereich Editorialdesign und Druck arbeitet Wouters unter anderem für das *New York Times Magazine*, *Playboy*, *Creative Review* und *It's Nice That*.

*Letman* ist die erste Monografie des in Amsterdam lebenden Künstlers und Preisträgers des renommierten Dutch Design Award.

*„Wer dekorative Schriftgestaltung vom Feinsten sehen möchte, dem sei Letman empfohlen, denn hier zeichnet der Meister!“* (novum)

*„Ein Feuerwerk an Inspiration.“* (PAGE)

*„Job Wouters a.k.a. Letman zählt ohne Frage zu einem der bedeutendsten Schriftkünstler unserer Zeit.“* (Typolution)





titel  
**Black Antoinette**

von  
**Olaf Hajek**

untertitel  
**The Work of Olaf Hajek**

kategorien  
Illustration,  
Kunst

ausstattung  
vollfarbig, Hardcover

seiten format  
144 24,5 × 33 cm

preis  
€ 39,90 [D]

isbn  
978-3-89955-452-6



über das buch

## Aktuelle Arbeiten von einem der international gefragtesten illustrativen Künstler.

Olaf Hajek ist einer der weltweit erfolgreichsten und bekanntesten illustrativen Künstler. Man findet seine Arbeiten in Zeitungen wie *The New York Times* und *The Washington Post*, in Zeitschriften wie *Rolling Stone* und *Time*, in Anzeigen renommierter Marken und auf Briefmarken aus Großbritannien. Dabei ist es besonders auffällig, dass Hajek trotz der Bandbreite seiner internationalen Auftraggeber keine stilistischen Kompromisse eingehen muss. 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.

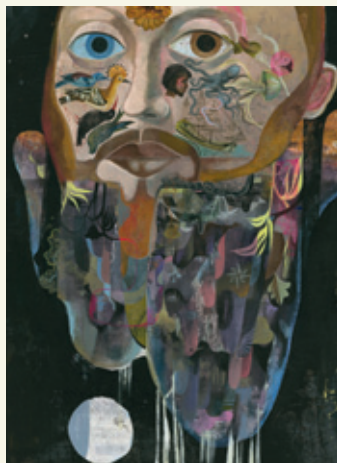
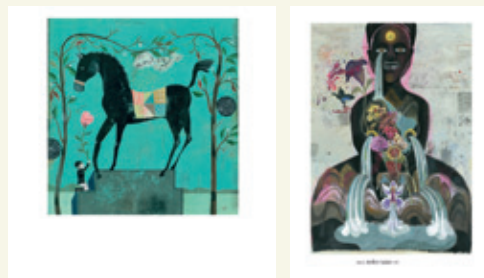
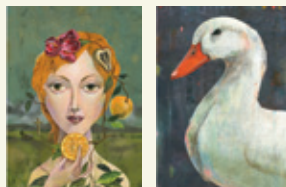
Folkloristische Naivität und Frische prägen die farbenprächtigen Illustrationen und texturierten Gemälde von Olaf Hajek. Mit der gelungenen Mischung von Einflüssen aus westafrikanischer und lateinamerikanischer Volkskunst kreiert er surrealistische Gegenüberstellungen von märchenhaften Fantasien mit umgeordneten Realitäten. Sein „magischer Realismus“ bereichert die eigenen Perspektiven eines jeden Betrachters.

*Black Antoinette* ist eine Sammlung Olaf Hajeks aktueller Arbeiten, die in den letzten drei Jahren entstanden sind. Das Buch beinhaltet Werke, die für Galerien kreiert wurden, sowie redaktionelle Aufträge und kommerzielle Porträts. In den Arbeiten ist deutlich zu verfolgen, wie sein Stil in dieser Zeit freier und malerischer wurde.

Dr. Philipp Demandt, der Leiter der Alten Nationalgalerie in Berlin, verortet in seinem Vorwort Olaf Hajeks Werk im Spannungsfeld zwischen Kunst und Auftragsarbeit.

„Eine faszinierende Sinnesreise in eine mystische, magische Welt.“ (plus Magazin)

„Viel zu schön fürs Bücherregal.“ (Berliner Kurier)





titel  
**Neither Here Nor There**

von  
**Oliver Jeffers**

untertitel  
**The Art of Oliver Jeffers**

kategorien  
Illustration,  
Kunst

herausgeber  
Richard Seabrooke  
ausstattung  
vollfarbig, Hardcover

seiten format  
160 24 x 28 cm

preis  
€ 29,90 [D]

isbn  
978-3-89955-447-2



über das buch

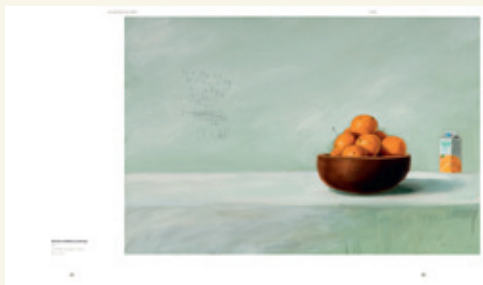
## Der weltberühmte Kinderbuchillustrator zeigt die Bandbreite seines Könnens.

Oliver Jeffers ist als Illustrator und Autor von Kinderbüchern weltweit bekannt. Internationale Bestseller wie *Kleiner Sternenfänger*, *Pinguin gefunden* und *Der unglaubliche kleine Bücherfresser* werden für ihren Fantasiereichtum nicht nur von Kindern und Eltern geliebt, sondern auch von Kritikern gefeiert und wurden mehrfach mit renommierten Preisen ausgezeichnet.

In *Neither Here Nor There* präsentiert Oliver Jeffers die volle Bandbreite seiner Kreativität. Mit Malerei, Collage, Installationskunst und Kollaborationsprojekten erzählt er tiefgehende, pointierte Geschichten und formuliert anhand seiner geübten Beherrschung der Raumgestaltung provokative,

philosophische Fragestellungen. Diese Werkschau sammelt im Wesentlichen Arbeiten und Skizzen, die für ein allgemeines Publikum noch nicht zu sehen waren, sowie bisher unveröffentlichte Werke.

Oliver Jeffers wurde 1977 in Australien geboren, ist in Nordirland aufgewachsen und lebt mittlerweile in New York. Man findet seine Zeichnungen in Zeitschriften wie *The Guardian*, *Newsweek*, *The Irish Times* und *Wired* sowie in Auftragsarbeiten für Kunden wie Sony PSP, Starbucks und United Airlines. Seine Werke waren zudem schon in diversen Ausstellungen in Städten wie New York, Dublin, London, Sydney, Washington DC und Belfast zu sehen.





titel  
**CRAS**

von  
**Stephan Doitschinoff**

untertitel  
**The Art of Stephan  
Doitschinoff**

kategorie  
Kunst

ausstattung  
vollfarbig, Leinen-Hardcover

seiten format  
224 24 × 30 cm

preis  
€ 44 [D]

isbn  
978-3-89955-454-0



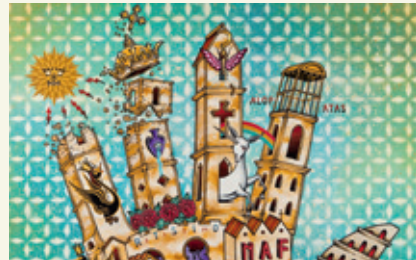
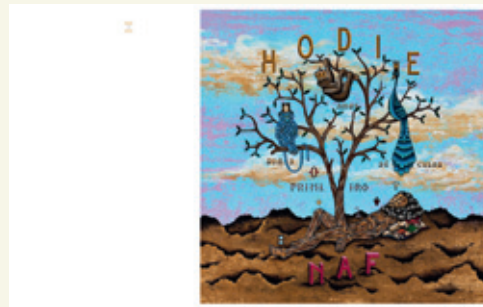
über das buch

Bilder zwischen afro-brasilianischer Folklore, alchemistischer Symbolik und zeitgenössischer Popkultur.

*CRAS* stellt aktuelle Arbeiten des Künstlers Stephan Doitschinoff vor. Doitschinoff gilt als eines der aufregendsten Talente der brasilianischen Kunstszene und seine Arbeiten werden in Museen und Galerien auf der ganzen Welt ausgestellt. Seine Werke basieren auf einer zutiefst symbolisch verschlüsselten Sprache und ikonoklastischen religiösen sowie folkloristischen Elementen. Mit seiner scharfen Kritik an unserer modernen Gesellschaft liefert er einen Einblick in andere politische und philosophische Dimensionen. Seine Gemälde und anderen Arbeiten beinhalten weit mehr als oberflächliche religiöse Anspielungen und erzählen von Denunzierung, Verzicht und Bekenntnis.

*CRAS* dokumentiert Bilder, Skulpturen, Installationen und Performances der letzten vier Jahre. Eindrucksvolle Detailaufnahmen fangen die Komplexität von Stephan Doitschinoffs Werk ein.

Das Design für *CRAS* stammt von Pedro Inoue, der bereits Doitschinoffs Erstlingswerk *Calma* gestaltet hat. Gemeinsam haben Inoue und Doitschinoff speziell für *CRAS* eine Serie von „illuminierten“ Texten entworfen, die Philosophie und Symbolik des Künstlers erklären.





titel  
**The Book of Bock**

von  
Frank Höhne

kategorie  
Illustration

ausstattung  
vollfarbig, Hardcover

seiten format  
160 21 × 26 cm

preis  
€ 29,90 [D]

isbn  
978-3-89955-456-4



über das buch

Frank Höhne übermittelt auf seine eigene Art und Weise die Freude am Beruf als Illustrator.

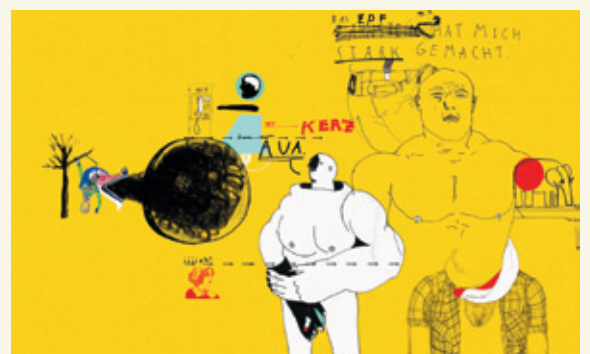
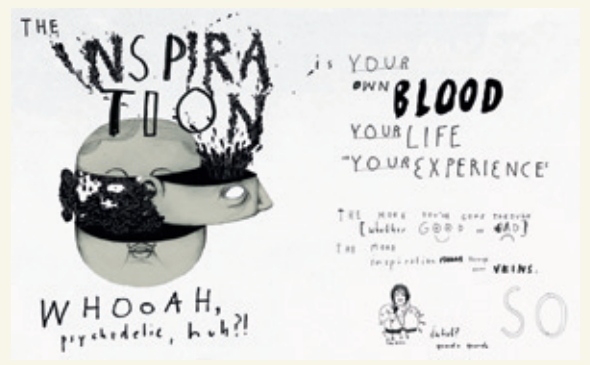
Die Lust, die Frank Höhne am Zeichnen hat, spricht aus jeder seiner Arbeiten, und sein schräger Humor ist ansteckend. Sein Stil ist eigenwillig, manchmal kindisch naiv. Höhne macht, wie er selbst sagt, „an sich einfach das, worauf ich Bock habe.“ Aber das macht er so gut, dass er sich binnen kürzester Zeit zu einem der angesagtesten Illustratoren Deutschlands entwickelt hat. Zu seinen Kunden zählen BMW MINI, Nike und Aveda, aber auch *Bild am Sonntag*, *Brigitte* und *NEON*.

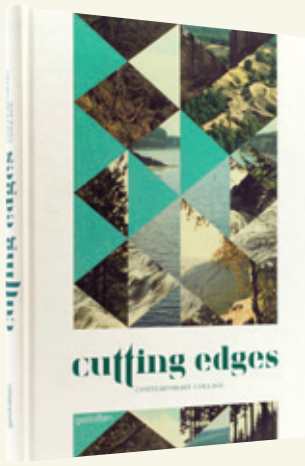
Egal, ob man selbst kreativ arbeitet oder nicht, die leidenschaftliche, mit viel Wortwitz geschmückte illustrierte Reise durch Höhnes Welt macht einfach Riesenspaß – oder totalen Bock, wie er sagen würde.

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.“

In *The Book of Bock* liefert Frank Höhne seine einzigartige Perspektive auf die Berufswahl des Illustrators und wie man die Freude an der Arbeit beibehält.

„Frank Höhne macht ‚Bock‘.“ (KUNST Magazin)





# titel Cutting Edges

untertitel  
Contemporary Collage

kategorien  
Grafikdesign,  
Kunst

herausgeber  
James Gallagher, R. Klanten, H. Hellige  
ausstattung  
vollfarbig, Hardcover

seiten format  
224 24 x 30 cm

preis  
€ 39,90 (D)

isbn  
978-3-89955-338-3



über das buch

## Die Renaissance der Collage in Kunst, Illustration und Gestaltung.

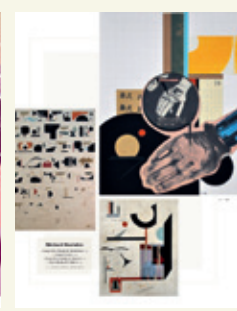
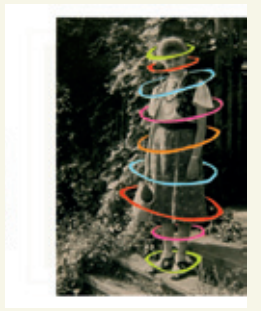
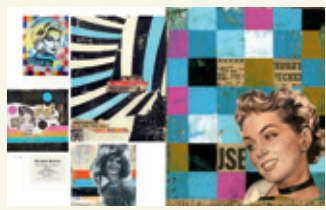
Die Collage besitzt eine herausragende Tradition in der bildenden Kunst der Moderne. Diese von Einflüssen aus Surrealismus, Dadaismus und Konstruktivismus geprägte Technik ist in den 1920er- und 1930er-Jahren durch Künstler wie John Heartfield, El Lissitzky und Hannah Höch zur etablierten Kunstform aufgestiegen. Heutzutage entdeckt eine neue Generation junger Künstler und Illustratoren die Collage für sich.

*Cutting Edges* versammelt aktuelle Arbeiten, die durch die Vereinigung nicht verwandter Elemente etwas Neues schaffen. Obwohl manche Künstler auch den Computer einsetzen, entstanden die meisten Collagen von Hand mit

analogen Techniken und oftmals unter Verwendung gefundener Versatzstücke. Wichtig für die Arbeiten ist nicht nur das Hinzufügen von Bildelementen, sondern auch das bewusste Weglassen, Löschen oder Zerstören.

Die Zusammenstellung von unterschiedlichsten Materialien zitiert durchaus charmant vergangene Zeiten, aber *Cutting Edges* belegt, dass eine neue Ära der Collage begonnen hat.

Für die kunsthistorische Einordnung der aktuellen Wiederentdeckung der Collage sorgen Texte der Kuratorin Dr. Silke Krohn.



titel

## Delicate

untertitel

## New Food Culture

kategorien

Essen und Trinken, Style

herausgeber

R. Klanten, K. Bolhöfer, A. Mollard, S. Ehmann

ausstattung

vollfarbig, Flexicover

seiten format

240 21 × 26 cm

preis

€ 38 (D)

isbn

978-3-89955-369-7



über das buch

Besser, leckerer, schöner und leidenschaftlicher zu essen ist das gemeinsame Ziel einer internationalen Szene kleiner handwerklicher Produzenten, Läden, Restaurants, Aktivisten, Gestalter und Veranstalter.

Essen ist so viel mehr als nur das Erfüllen eines körperlichen Grundbedürfnisses. Essen spricht alle Sinne an, fördert die Gesundheit und das Wohlbefinden und ist mehr denn je Ausdruck von Haltung, Identität, Lebensgefühl und Kultur.

Rund um den Globus entwickelt sich eine junge Food-Entrepreneur-Szene, in der Kreative, Handwerker und Aktivisten zusammenkommen. Diese Szene strebt danach, kreativer, sinnlicher und verantwortungsbewusster mit unseren Lebens- und Genussmitteln umzugehen. Sie eint die Leidenschaft fürs Essen als Erlebnis und die hohe Wertschätzung von Qualität, Herkunft, Ästhetik und Verarbeitung.

*Delicate* stellt die Protagonisten dieser Entwicklung mit ihren Projekten, Räumlichkeiten und Produkten vor. Das Buch dokumentiert ein Spektrum, das von kleinen Bierbrauern, Kaffeeröstern und Schokoladenmachern bis hin zu Künstlern, Eventveranstaltern und Zines-Schreibern reicht.

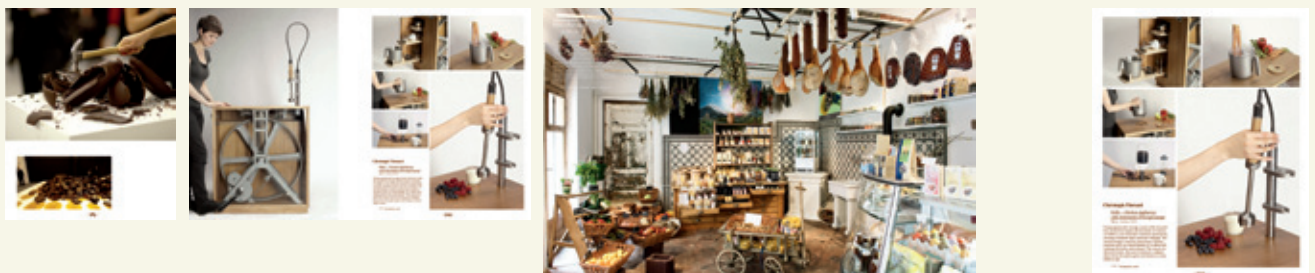
Das Buch präsentiert neue Eventkonzepte, die Essen auf bewährte und überraschende Art als Medium für Kommunikation und soziale Interaktion nutzen. Orte wie Shops, Märkte und Restaurants werden zum Treffpunkt all jener, die lernen, mitmachen, kosten und genießen wollen.

Die experimentellen Projekte in *Delicate* sind Wegbereiter für ein besseres Verständnis von Ernährung und eine neue Lust am Essen.

„Mit Essen spielt man also doch: Das Buch zeigt die kreativsten Installationen, Shops und Restaurants, die die Themen Essen und Kunst stilvoll vereinen.“ (InStyle)

„Eine Liebeserklärung an das Essen.“ (essen-und-trinken.de)

„Das schön gestaltete Buch (...) befasst sich mit Menschen und Projekten, die eine Leidenschaft für Lebensmittel zeigen und kreativ damit umgehen.“ (H.O.M.E.)





titel

# Boxed & Labelled Two!

untertitel

## New Approaches to Packaging Design

kategorien  
Grafikdesign,  
Produktdesign

herausgeber

R. Klanten, M. Hübner, S. Ehmann

ausstattung

vollfarbig, Hardcover

seiten format

224 24 × 30 cm

preis

€ 44 (D)

isbn

978-3-89955-378-9



über das buch

## Die suggestive Macht des Kommunikationsmittels Verpackung.

Die Verpackung gibt einer Ware ihr Gesicht. Sie gibt ihr damit eine visuelle Identität, die nicht nur die Platzierung im Warenregal, sondern auch unsere Kaufentscheidung innerhalb weniger Sekunden beeinflussen kann. Über die letzten Jahre hat sich das Verständnis der Rolle, die Verpackung spielt, jedoch verändert. Wurde die Verpackung früher als verlängerter Arm der Printwerbung – eine bloße Projektionsfläche von Logos und Markenbotschaften – betrachtet, so nimmt man sie heute als eigenständigen Teil des gesamten Kommunikationskonzepts wahr.

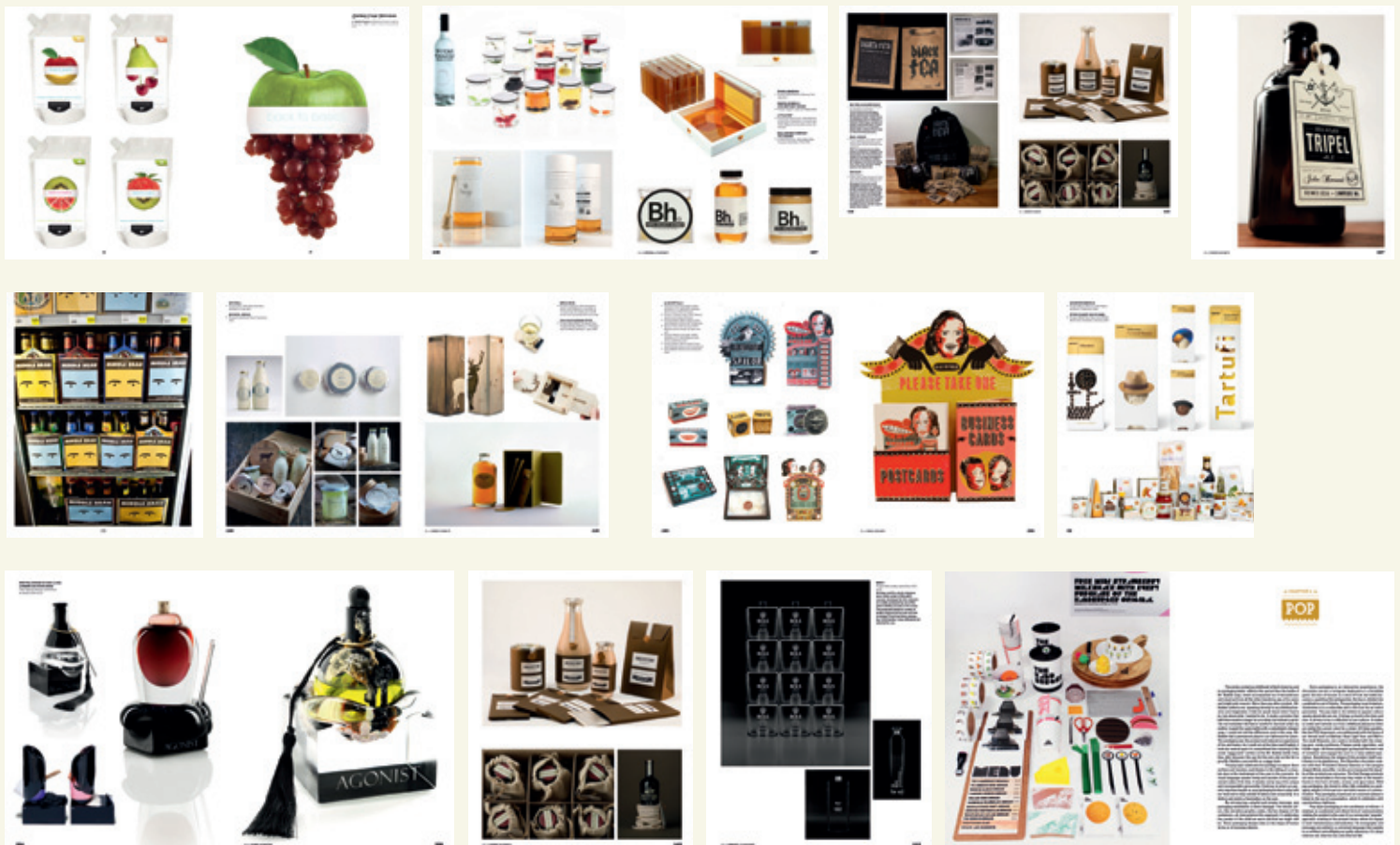
*Boxed & Labelled Two!* dokumentiert die Hauptströmungen in der aktuellen Verpackungsgestaltung, die allesamt das Verlangen nach Wahrhaftigkeit bedienen. Heute gibt es zum einen eine verstärkte Tendenz, die altbewährten Werte eines Produktes hervorzuheben, zum Beispiel mit einem Retrolook, der auf eine wohlige Reaktion im Sinne von „Ah, genau wie bei Oma“ abzielt. Oder es werden schlichte Lösungen verwendet, die mit einer natürlichen Erdverbundenheit im Altpapierstil ehrlich statt marktschreierisch wirken sollen. Am anderen Ende des gestalterischen Spektrums gibt es auch Verpackungen, die sehr spielerisch mit Grafikdesign, Muster und Illustration umgehen, um ein Produkt so zu ästhetisieren, dass es unverwechselbar erscheint.

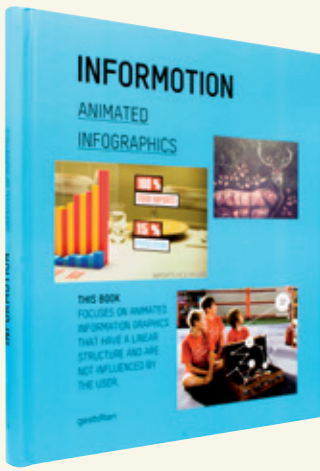
Da sich unsere Beziehung zu Lebensmitteln in letzter Zeit – besonders im Hinblick auf Herkunft und Qualität der Zutaten – stark geändert hat, befasst sich die Mehrheit der Arbeiten im Buch mit diesem Thema. Aber auch andere Beispiele aus einer großen Bandbreite von Produkten verdeutlichen die Qualitäten, die die Vorreiter in der Evolution von Verpackungskonzepten ausmachen.

Obwohl die Arbeiten in *Boxed & Labelled Two!* von minimalistisch bis verspielt, von eindeutig bis offen reichen, werden mit allen diesen Ansätzen Informationen und Emotionen zielgerichtet kommuniziert. Besondere Merkmale werden hervorgehoben, um die Produkte effektiv voneinander zu differenzieren. Kurzum: Dieses Buch macht auf unterhaltsame Weise die Macht des Kommunikationsmittels Verpackung deutlich.

„Wegweisendes Verpackungsdesign.“ (PAGE Online)

„Wie man Verpackungen gekonnt als Kommunikationswerkzeug nutzt, zeigt der zweite Band von *Boxed and Labelled* und präsentiert wunderbare Ideen, die von minimalistisch bis weltverbessernd und grandios reichen.“ (novum)





titel  
**Information**

untertitel  
**Animated Infographics**

kategorie  
Grafikdesign

herausgeber  
Tim Finke, Sebastian Manger, Stefan Fichtel  
ausstattung  
vollfarbig, Hardcover,  
inkl. gratis Video-Downloads  
seiten format  
208 24 x 28 cm  
preis  
€ 49,90 [D]  
isbn  
978-3-89955-415-1



über das buch

## Das erste Buch zu den Grundlagen animierter Infografik.

Das Erstellen von Infografiken ist eines der spannendsten und dynamischsten Arbeitsfelder für Kreative zwischen Design und Journalismus. Mehr noch als statische Infografiken helfen heute animierte, linear erzählte Infografiken dabei, komplexe Zusammenhänge kompakt zu vermitteln. Einsatz finden diese Darstellungsformen in Fernsehen und Internet sowie immer mehr auch auf mobilen Geräten oder an öffentlichen Orten. Sie sind im redaktionellen Zusammenhang ebenso zu sehen wie in Werbung und Unternehmenskommunikation.

Dank moderner Hard- und Software sind den Möglichkeiten kaum noch Grenzen gesetzt. Selbst in einem flüchtigen Medium wie dem Fernsehen ist beispielsweise die Erstellung animierter Infografiken auf Basis tagesaktueller Daten gang und gäbe. Eine große Bandbreite an Umsetzungsmöglichkeiten ist aber nicht zwangsläufig gleichbedeutend mit inhaltlicher Qualität. Gerade bei der Vermittlung wichtiger und sensibler Informationen resultiert die Botschaft unmittelbar aus den Details der Darstellung. Wer in diesem Bereich reüssieren will, muss seine Werkzeuge kennen.

*Information* ist das erste Buch, das die Grundlagen für die Erstellung wirkungsvoll animierter Infografiken versammelt und anhand von Beispielen erklärt. Aspekte von Datenvisualisierung, Infografik und Möglichkeiten im

Bewegtbild werden ebenso thematisiert wie Faktoren, die die Informationsaufnahme aufseiten des Betrachters begünstigen.

Jedes Buch enthält einen exklusiven Zugangscode, um zahlreiche Beispiele von animierten Infografiken sowie ihre Making-ofs online abzurufen. Die Wechselwirkungen zwischen den detailreichen Beschreibungen in der Printausgabe mit dem ausgesuchten Bewegtmaterial machen *Information* zur besonders praktischen Hilfe sowohl für Studierende und Berufsanfänger wie auch für professionelle Designer und Medienschaffende.

Das Buch wird von Tim Finke und Sebastian Manger sowie Stefan Fichtel herausgegeben. Fichtel, der mit seinem Studio *ixtract* renommierte Kunden wie Porsche, Siemens, WWF, *Handelsblatt*, Bayer und *National Geographic* betreut, hat auch das Vorwort geschrieben.

*„(...) eine empfehlenswerte Einführung in ein Thema, zu dem es bisher kaum Fachliteratur gab.“* (PAGE)

*„Eine praktische Hilfe für Studierende und Berufsanfänger, aber auch für professionelle Designer und Medienschaffende.“* (weave)





# Der kleine Besserwisser

untertitel  
Grundwissen für Gestalter

kategorien  
Grafikdesign,  
Typografie

Deutsche Ausgabe: 978-3-89955-347-5



herausgeber  
R. Klanten, M. Mischler, S. Bilz

texte  
Silja Bilz  
ausstattung  
vollfarbig, Flexicover, Lesebändchen

seiten format  
384 12 x 16,5 cm

€ 32 (D)

isbn

Englische Ausgabe: 978-3-89955-348-2



über das buch

## Die aktualisierte Neuauflage des kompakten Nachschlagewerks für die Gestaltungsbranche.

Was ist ein Meta-Tag, was ein DLT? Wie groß ist eigentlich DIN A1 in Zoll? Was beinhaltet die Einräumung eines nicht-exklusiven Nutzungsrechts? Was bedeutet HSDPA für Smartphones, und wie beeinflussen Social Media einen Marketing-Mix?

Diese aktualisierte Neuauflage von *Der kleine Besserwisser* beinhaltet unerlässliches Grundwissen für die Gestaltungsbranche. Das kompakte Handbuch 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.

*Der kleine Besserwisser* ist thematisch klar in die Kapitel Gestaltung, Typografie, Digitale Medien, Produktion, Marketing, Recht und Organisation gegliedert und wird durch einen alphabetischen Index ergänzt. Das Buch eignet sich

hervorragend zum schnellen Nachschlagen von Begriffen, zum Einlesen in die Materie und zum Aktualisieren und Auffrischen von Fachwissen. Da Designer heute oft international arbeiten, vermittelt es auch einen Einblick in die für sie wichtigen unterschiedlichen rechtlichen Rahmenbedingungen in Europa und den USA.

*Der kleine Besserwisser* bietet neben seinem breiten Informationsangebot wertvolle Tipps für die Praxis, die von anschaulichen Grafiken und Illustrationen begleitet werden. Das Buch ist ein kompaktes Nachschlagewerk für Studierende und Berufsanfänger sowie ein zuverlässiger Begleiter für Gestaltungs- und Medienprofis in ihrem Berufsalltag. Es ist in englischer und deutscher Sprache erschienen.

„Ein sympathischer Begleiter in allen Designerlebenslagen.“ (Berufsverband der Kommunikationsdesigner BDG)

**5.2 Produktion / Reproduktion 176**

**Einbinder** sind spezielle Bauelemente und -strukturen wie z.B. Stanzformen, Leisten, Klappen oder Klebflächen.

**Einbinderstruktur** ist die Struktur eines Einbinderes. Sie bestimmt die Anordnung der Einbinderblätter und die Art der Einbinderstruktur. Die Struktur eines Einbinderes ist durch die Anordnung der Einbinderblätter und die Art der Einbinderstruktur bestimmt.

**Einbinderstruktur** ist die Struktur eines Einbinderes. Sie bestimmt die Anordnung der Einbinderblätter und die Art der Einbinderstruktur. Die Struktur eines Einbinderes ist durch die Anordnung der Einbinderblätter und die Art der Einbinderstruktur bestimmt.

**Einbinderstruktur** ist die Struktur eines Einbinderes. Sie bestimmt die Anordnung der Einbinderblätter und die Art der Einbinderstruktur. Die Struktur eines Einbinderes ist durch die Anordnung der Einbinderblätter und die Art der Einbinderstruktur bestimmt.

**5.3 Gestaltung / Gestaltungsgrundlagen 177**

**Einbinderstruktur** ist die Struktur eines Einbinderes. Sie bestimmt die Anordnung der Einbinderblätter und die Art der Einbinderstruktur. Die Struktur eines Einbinderes ist durch die Anordnung der Einbinderblätter und die Art der Einbinderstruktur bestimmt.

**Einbinderstruktur** ist die Struktur eines Einbinderes. Sie bestimmt die Anordnung der Einbinderblätter und die Art der Einbinderstruktur. Die Struktur eines Einbinderes ist durch die Anordnung der Einbinderblätter und die Art der Einbinderstruktur bestimmt.

**Einbinderstruktur** ist die Struktur eines Einbinderes. Sie bestimmt die Anordnung der Einbinderblätter und die Art der Einbinderstruktur. Die Struktur eines Einbinderes ist durch die Anordnung der Einbinderblätter und die Art der Einbinderstruktur bestimmt.

**5.4 Gestaltung / Gestaltungsgrundlagen 178**

**Einbinderstruktur** ist die Struktur eines Einbinderes. Sie bestimmt die Anordnung der Einbinderblätter und die Art der Einbinderstruktur. Die Struktur eines Einbinderes ist durch die Anordnung der Einbinderblätter und die Art der Einbinderstruktur bestimmt.

**Einbinderstruktur** ist die Struktur eines Einbinderes. Sie bestimmt die Anordnung der Einbinderblätter und die Art der Einbinderstruktur. Die Struktur eines Einbinderes ist durch die Anordnung der Einbinderblätter und die Art der Einbinderstruktur bestimmt.

**Einbinderstruktur** ist die Struktur eines Einbinderes. Sie bestimmt die Anordnung der Einbinderblätter und die Art der Einbinderstruktur. Die Struktur eines Einbinderes ist durch die Anordnung der Einbinderblätter und die Art der Einbinderstruktur bestimmt.

**5.4 Gestaltung / Gestaltungsgrundlagen 178**

**Einbinderstruktur** ist die Struktur eines Einbinderes. Sie bestimmt die Anordnung der Einbinderblätter und die Art der Einbinderstruktur. Die Struktur eines Einbinderes ist durch die Anordnung der Einbinderblätter und die Art der Einbinderstruktur bestimmt.

**Einbinderstruktur** ist die Struktur eines Einbinderes. Sie bestimmt die Anordnung der Einbinderblätter und die Art der Einbinderstruktur. Die Struktur eines Einbinderes ist durch die Anordnung der Einbinderblätter und die Art der Einbinderstruktur bestimmt.

**Einbinderstruktur** ist die Struktur eines Einbinderes. Sie bestimmt die Anordnung der Einbinderblätter und die Art der Einbinderstruktur. Die Struktur eines Einbinderes ist durch die Anordnung der Einbinderblätter und die Art der Einbinderstruktur bestimmt.

**5.4 Gestaltung / Gestaltungsgrundlagen 178**

**Einbinderstruktur** ist die Struktur eines Einbinderes. Sie bestimmt die Anordnung der Einbinderblätter und die Art der Einbinderstruktur. Die Struktur eines Einbinderes ist durch die Anordnung der Einbinderblätter und die Art der Einbinderstruktur bestimmt.

**Einbinderstruktur** ist die Struktur eines Einbinderes. Sie bestimmt die Anordnung der Einbinderblätter und die Art der Einbinderstruktur. Die Struktur eines Einbinderes ist durch die Anordnung der Einbinderblätter und die Art der Einbinderstruktur bestimmt.

**Einbinderstruktur** ist die Struktur eines Einbinderes. Sie bestimmt die Anordnung der Einbinderblätter und die Art der Einbinderstruktur. Die Struktur eines Einbinderes ist durch die Anordnung der Einbinderblätter und die Art der Einbinderstruktur bestimmt.

**5.4 Digitale Medien / Bewegtbild 179**

**Einbinderstruktur** ist die Struktur eines Einbinderes. Sie bestimmt die Anordnung der Einbinderblätter und die Art der Einbinderstruktur. Die Struktur eines Einbinderes ist durch die Anordnung der Einbinderblätter und die Art der Einbinderstruktur bestimmt.

**Einbinderstruktur** ist die Struktur eines Einbinderes. Sie bestimmt die Anordnung der Einbinderblätter und die Art der Einbinderstruktur. Die Struktur eines Einbinderes ist durch die Anordnung der Einbinderblätter und die Art der Einbinderstruktur bestimmt.

**Einbinderstruktur** ist die Struktur eines Einbinderes. Sie bestimmt die Anordnung der Einbinderblätter und die Art der Einbinderstruktur. Die Struktur eines Einbinderes ist durch die Anordnung der Einbinderblätter und die Art der Einbinderstruktur bestimmt.

**5.4 Gestaltung / Gestaltungsgrundlagen 178**

**Einbinderstruktur** ist die Struktur eines Einbinderes. Sie bestimmt die Anordnung der Einbinderblätter und die Art der Einbinderstruktur. Die Struktur eines Einbinderes ist durch die Anordnung der Einbinderblätter und die Art der Einbinderstruktur bestimmt.

**Einbinderstruktur** ist die Struktur eines Einbinderes. Sie bestimmt die Anordnung der Einbinderblätter und die Art der Einbinderstruktur. Die Struktur eines Einbinderes ist durch die Anordnung der Einbinderblätter und die Art der Einbinderstruktur bestimmt.

**Einbinderstruktur** ist die Struktur eines Einbinderes. Sie bestimmt die Anordnung der Einbinderblätter und die Art der Einbinderstruktur. Die Struktur eines Einbinderes ist durch die Anordnung der Einbinderblätter und die Art der Einbinderstruktur bestimmt.

**5.4 Gestaltung / Gestaltungsgrundlagen 178**

**Einbinderstruktur** ist die Struktur eines Einbinderes. Sie bestimmt die Anordnung der Einbinderblätter und die Art der Einbinderstruktur. Die Struktur eines Einbinderes ist durch die Anordnung der Einbinderblätter und die Art der Einbinderstruktur bestimmt.

**Einbinderstruktur** ist die Struktur eines Einbinderes. Sie bestimmt die Anordnung der Einbinderblätter und die Art der Einbinderstruktur. Die Struktur eines Einbinderes ist durch die Anordnung der Einbinderblätter und die Art der Einbinderstruktur bestimmt.

**Einbinderstruktur** ist die Struktur eines Einbinderes. Sie bestimmt die Anordnung der Einbinderblätter und die Art der Einbinderstruktur. Die Struktur eines Einbinderes ist durch die Anordnung der Einbinderblätter und die Art der Einbinderstruktur bestimmt.

**5.4 Gestaltung / Gestaltungsgrundlagen 178**

**Einbinderstruktur** ist die Struktur eines Einbinderes. Sie bestimmt die Anordnung der Einbinderblätter und die Art der Einbinderstruktur. Die Struktur eines Einbinderes ist durch die Anordnung der Einbinderblätter und die Art der Einbinderstruktur bestimmt.

**Einbinderstruktur** ist die Struktur eines Einbinderes. Sie bestimmt die Anordnung der Einbinderblätter und die Art der Einbinderstruktur. Die Struktur eines Einbinderes ist durch die Anordnung der Einbinderblätter und die Art der Einbinderstruktur bestimmt.

**Einbinderstruktur** ist die Struktur eines Einbinderes. Sie bestimmt die Anordnung der Einbinderblätter und die Art der Einbinderstruktur. Die Struktur eines Einbinderes ist durch die Anordnung der Einbinderblätter und die Art der Einbinderstruktur bestimmt.

**6.3 Produktion / Reproduktion 178**

**Überfüllungen**

**Blitzer** sind unbedruckte, weiße Stellen zwischen anstößenden Farbfeldern bei Druckereignissen. Das Papier ist sichtbar (Abb. 30). Solche Stellen treten durch ungenaue Einrichtung der Druckmaschine und durch Formveränderung des Papiers während des Drucks auf. Um die Gefahr von Blitzern zu verringern, kann man Flächen **überdrucken** oder **geringfügig überlappen**.

**Überfüllungen (Trapping)** sind immer dann anzuwenden, wenn zwei verschiedene Farben (außer Weiß) aneinander stoßen. Dabei werden Linien oder Flächen in Bezug auf die benachbarten Farbfelder geringfügig vergrößert (Abb. 31). Grundsätzlich wird immer die hellere Farbe überfüllt.

**Aussparen** ist das Ausgrenzen von Objektteilen, die unter anderen Objekten verborgen sind. Es verhindert, dass sich eine Farbfäche ungewollt mit einer anderen vermischt. Wird z. B. eine gelbe Fläche auf eine cyanfarbene Fläche gedruckt, mischen sich diese beiden Farben und es entsteht Grün (Abb. 33). Soll die Fläche Gelb und der Hintergrund Cyan bleiben, muss die gelbe Fläche in Cyan aussparen werden (Abb. 32).

**Überdrucken** ist das Gegenteil von Aussparen. Die einzige Farbe, die auf „Überdrucken“ gestellt werden sollte, ist Schwarz. Beim Überdrucken werden die darunterliegenden Farbfächen nicht ausgespart, sondern überdruckt.

**Tip:** Die Klebebindung, Fadenheftung oder Klammerheftung stellen unterschiedliche Anforderungen an den Anschnitt. Bei der Klebebindung ist es wichtig, dass jede Seite als Einzelexe behandelt wird. Die Seiten werden an allen vier Seitenrändern beschnitten. Der Innenrand wird gefräst (+ S.206) und geklebt, so müssen Bilder, die in den Bogen, auch dort im Anschnitt stehen, damit Bilder bzw. wesse Ränder vermieden werden.

**6.3 Produktion / Reproduktion 179**

**Überfüllungen**

**Blitzer** sind unbedruckte, weiße Stellen zwischen anstößenden Farbfeldern bei Druckereignissen. Das Papier ist sichtbar (Abb. 30). Solche Stellen treten durch ungenaue Einrichtung der Druckmaschine und durch Formveränderung des Papiers während des Drucks auf. Um die Gefahr von Blitzern zu verringern, kann man Flächen **überdrucken** oder **geringfügig überlappen**.

**Überfüllungen (Trapping)** sind immer dann anzuwenden, wenn zwei verschiedene Farben (außer Weiß) aneinander stoßen. Dabei werden Linien oder Flächen in Bezug auf die benachbarten Farbfelder geringfügig vergrößert (Abb. 31). Grundsätzlich wird immer die hellere Farbe überfüllt.

**Aussparen** ist das Ausgrenzen von Objektteilen, die unter anderen Objekten verborgen sind. Es verhindert, dass sich eine Farbfäche ungewollt mit einer anderen vermischt. Wird z. B. eine gelbe Fläche auf eine cyanfarbene Fläche gedruckt, mischen sich diese beiden Farben und es entsteht Grün (Abb. 33). Soll die Fläche Gelb und der Hintergrund Cyan bleiben, muss die gelbe Fläche in Cyan aussparen werden (Abb. 32).

**Überdrucken** ist das Gegenteil von Aussparen. Die einzige Farbe, die auf „Überdrucken“ gestellt werden sollte, ist Schwarz. Beim Überdrucken werden die darunterliegenden Farbfächen nicht ausgespart, sondern überdruckt.

**Tip:** Die Klebebindung, Fadenheftung oder Klammerheftung stellen unterschiedliche Anforderungen an den Anschnitt. Bei der Klebebindung ist es wichtig, dass jede Seite als Einzelexe behandelt wird. Die Seiten werden an allen vier Seitenrändern beschnitten. Der Innenrand wird gefräst (+ S.206) und geklebt, so müssen Bilder, die in den Bogen, auch dort im Anschnitt stehen, damit Bilder bzw. wesse Ränder vermieden werden.

**6.3 Produktion / Reproduktion 179**

**Überfüllungen**

**Blitzer** sind unbedruckte, weiße Stellen zwischen anstößenden Farbfeldern bei Druckereignissen. Das Papier ist sichtbar (Abb. 30). Solche Stellen treten durch ungenaue Einrichtung der Druckmaschine und durch Formveränderung des Papiers während des Drucks auf. Um die Gefahr von Blitzern zu verringern, kann man Flächen **überdrucken** oder **geringfügig überlappen**.

**Überfüllungen (Trapping)** sind immer dann anzuwenden, wenn zwei verschiedene Farben (außer Weiß) aneinander stoßen. Dabei werden Linien oder Flächen in Bezug auf die benachbarten Farbfelder geringfügig vergrößert (Abb. 31). Grundsätzlich wird immer die hellere Farbe überfüllt.

**Aussparen** ist das Ausgrenzen von Objektteilen, die unter anderen Objekten verborgen sind. Es verhindert, dass sich eine Farbfäche ungewollt mit einer anderen vermischt. Wird z. B. eine gelbe Fläche auf eine cyanfarbene Fläche gedruckt, mischen sich diese beiden Farben und es entsteht Grün (Abb. 33). Soll die Fläche Gelb und der Hintergrund Cyan bleiben, muss die gelbe Fläche in Cyan aussparen werden (Abb. 32).

**Überdrucken** ist das Gegenteil von Aussparen. Die einzige Farbe, die auf „Überdrucken“ gestellt werden sollte, ist Schwarz. Beim Überdrucken werden die darunterliegenden Farbfächen nicht ausgespart, sondern überdruckt.

**Tip:** Die Klebebindung, Fadenheftung oder Klammerheftung stellen unterschiedliche Anforderungen an den Anschnitt. Bei der Klebebindung ist es wichtig, dass jede Seite als Einzelexe behandelt wird. Die Seiten werden an allen vier Seitenrändern beschnitten. Der Innenrand wird gefräst (+ S.206) und geklebt, so müssen Bilder, die in den Bogen, auch dort im Anschnitt stehen, damit Bilder bzw. wesse Ränder vermieden werden.

**6.3 Typografie / Schrift 180**

**Die Buchstaben**

Die Buchstaben sind in zwei Gruppen unterteilt: **Uppercase** (große Buchstaben) und **Lowercase** (kleine Buchstaben). Die Buchstaben sind in zwei Gruppen unterteilt: **Uppercase** (große Buchstaben) und **Lowercase** (kleine Buchstaben). Die Buchstaben sind in zwei Gruppen unterteilt: **Uppercase** (große Buchstaben) und **Lowercase** (kleine Buchstaben).

**Die Buchstaben**

Die Buchstaben sind in zwei Gruppen unterteilt: **Uppercase** (große Buchstaben) und **Lowercase** (kleine Buchstaben). Die Buchstaben sind in zwei Gruppen unterteilt: **Uppercase** (große Buchstaben) und **Lowercase** (kleine Buchstaben). Die Buchstaben sind in zwei Gruppen unterteilt: **Uppercase** (große Buchstaben) und **Lowercase** (kleine Buchstaben).

**6.3 Typografie / Schrift 180**

**Die Buchstaben**

Die Buchstaben sind in zwei Gruppen unterteilt: **Uppercase** (große Buchstaben) und **Lowercase** (kleine Buchstaben). Die Buchstaben sind in zwei Gruppen unterteilt: **Uppercase** (große Buchstaben) und **Lowercase** (kleine Buchstaben). Die Buchstaben sind in zwei Gruppen unterteilt: **Uppercase** (große Buchstaben) und **Lowercase** (kleine Buchstaben).

**Die Buchstaben**

Die Buchstaben sind in zwei Gruppen unterteilt: **Uppercase** (große Buchstaben) und **Lowercase** (kleine Buchstaben). Die Buchstaben sind in zwei Gruppen unterteilt: **Uppercase** (große Buchstaben) und **Lowercase** (kleine Buchstaben). Die Buchstaben sind in zwei Gruppen unterteilt: **Uppercase** (große Buchstaben) und **Lowercase** (kleine Buchstaben).

**6.3 Typografie / Schrift 180**

**Die Buchstaben**

Die Buchstaben sind in zwei Gruppen unterteilt: **Uppercase** (große Buchstaben) und **Lowercase** (kleine Buchstaben). Die Buchstaben sind in zwei Gruppen unterteilt: **Uppercase** (große Buchstaben) und **Lowercase** (kleine Buchstaben). Die Buchstaben sind in zwei Gruppen unterteilt: **Uppercase** (große Buchstaben) und **Lowercase** (kleine Buchstaben).

**Die Buchstaben**

Die Buchstaben sind in zwei Gruppen unterteilt: **Uppercase** (große Buchstaben) und **Lowercase** (kleine Buchstaben). Die Buchstaben sind in zwei Gruppen unterteilt: **Uppercase** (große Buchstaben) und **Lowercase** (kleine Buchstaben). Die Buchstaben sind in zwei Gruppen unterteilt: **Uppercase** (große Buchstaben) und **Lowercase** (kleine Buchstaben).

**6.3 Typografie / Schrift 180**

**Die Buchstaben**

Die Buchstaben sind in zwei Gruppen unterteilt: **Uppercase** (große Buchstaben) und **Lowercase** (kleine Buchstaben). Die Buchstaben sind in zwei Gruppen unterteilt: **Uppercase** (große Buchstaben) und **Lowercase** (kleine Buchstaben). Die Buchstaben sind in zwei Gruppen unterteilt: **Uppercase** (große Buchstaben) und **Lowercase** (kleine Buchstaben).

**Die Buchstaben**

Die Buchstaben sind in zwei Gruppen unterteilt: **Uppercase** (große Buchstaben) und **Lowercase** (kleine Buchstaben). Die Buchstaben sind in zwei Gruppen unterteilt: **Uppercase** (große Buchstaben) und **Lowercase** (kleine Buchstaben). Die Buchstaben sind in zwei Gruppen unterteilt: **Uppercase** (große Buchstaben) und **Lowercase** (kleine Buchstaben).

**6.3 Typografie / Schrift 180**

**Die Buchstaben**

Die Buchstaben sind in zwei Gruppen unterteilt: **Uppercase** (große Buchstaben) und **Lowercase** (kleine Buchstaben). Die Buchstaben sind in zwei Gruppen unterteilt: **Uppercase** (große Buchstaben) und **Lowercase** (kleine Buchstaben). Die Buchstaben sind in zwei Gruppen unterteilt: **Uppercase** (große Buchstaben) und **Lowercase** (kleine Buchstaben).

**Die Buchstaben**

Die Buchstaben sind in zwei Gruppen unterteilt: **Uppercase** (große Buchstaben) und **Lowercase** (kleine Buchstaben). Die Buchstaben sind in zwei Gruppen unterteilt: **Uppercase** (große Buchstaben) und **Lowercase** (kleine Buchstaben). Die Buchstaben sind in zwei Gruppen unterteilt: **Uppercase** (große Buchstaben) und **Lowercase** (kleine Buchstaben).

**6.3 Typografie / Schrift 180**

**Die Buchstaben**

Die Buchstaben sind in zwei Gruppen unterteilt: **Uppercase** (große Buchstaben) und **Lowercase** (kleine Buchstaben). Die Buchstaben sind in zwei Gruppen unterteilt: **Uppercase** (große Buchstaben) und **Lowercase** (kleine Buchstaben). Die Buchstaben sind in zwei Gruppen unterteilt: **Uppercase** (große Buchstaben) und **Lowercase** (kleine Buchstaben).

**Die Buchstaben**

Die Buchstaben sind in zwei Gruppen unterteilt: **Uppercase** (große Buchstaben) und **Lowercase** (kleine Buchstaben). Die Buchstaben sind in zwei Gruppen unterteilt: **Uppercase** (große Buchstaben) und **Lowercase** (kleine Buchstaben). Die Buchstaben sind in zwei Gruppen unterteilt: **Uppercase** (große Buchstaben) und **Lowercase** (kleine Buchstaben).

titel

# Less and More

untertitel

## The Design Ethos of Dieter Rams

kategorie

Produktdesign

herausgeber

Klaus Klemp, Keiko Ueki-Polet

ausstattung

vollfarbig, Hardcover,  
zweisprachig: Deutsch / Englisch

seiten format

808 19 × 23 cm

preis

€ 49,90 (D)

isbn

978-3-89955-397-0



über das buch

### Die umfassende Werkschau zu Dieter Rams, Deutschlands einflussreichstem lebenden Gestalter.

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 überhaupt ist, kann und soll.

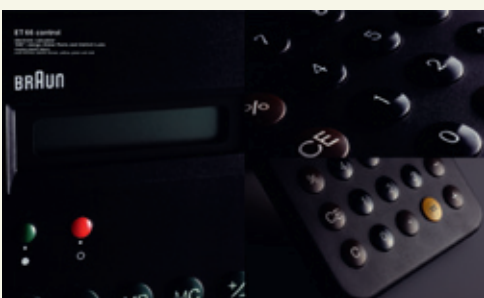
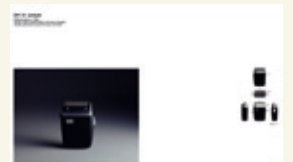
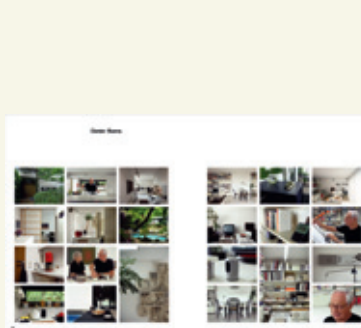
In der Tat sind die zehn Designthesen von Dieter Rams heute noch so relevant wie vor 20 Jahren, als er sie erstmals formulierte: Gutes Design ist innovativ. Gutes Design macht ein Produkt verständlich. Gutes Design ist ästhetisch. Gutes Design macht ein Produkt brauchbar. Gutes Design ist unaufdringlich. Gutes Design ist ehrlich. Gutes Design ist langlebig. Gutes Design ist konsequent bis ins letzte Detail. Gutes Design ist umweltfreundlich. Gutes Design ist so wenig Design wie möglich.

Das Designverständnis von Dieter Rams wird in *Less and More* ausgiebig erklärt. Diese Neuauflage als gebundenes Hardcover vereint Bilder von Hunderten von Rams' gestalteten Produkten sowie Skizzen und Modellen – von Braun-Stereoanlagen und Rasierapparaten bis zu den Regalsystemen, die er für Vitsœ geschaffen hat. Diese Arbeiten werden nicht nur durch zahlreiche

Fotos präsentiert, sondern durch neue Texte internationaler Designexperten aktuell eingeordnet. Dabei werden auch die zeitlose Qualität seiner Designs sowie deren Entstehungsprozess beleuchtet. So erfährt das Werk von Dieter Rams, gerade vor dem Hintergrund der Wiederentdeckung von Funktionalität und Rationalität im Design der Gegenwart, eine zeitgemäße Neubewertung. *Less and More* zeigt auf eindrucksvolle Weise die Möglichkeiten, die Design für Hersteller und Konsumenten eröffnet – als ein Mittel, unser Leben besser zu machen, durch schöne, funktionale Lösungen, die gleichzeitig nachhaltig die Ressourcen schonen.

Herausgeber von *Less and More* sind Prof. Dr. Klaus Klemp und Keiko Ueki-Polet. Als einer der führenden Experten auf dem Gebiet des Produktdesigns, der seit vielen Jahren mit Dieter Rams bekannt ist, kennt Klaus Klemp dessen Arbeit wie fast kein anderer. Keiko Ueki-Polet ist eine der renommiertesten Designkuratorinnen Japans, mit dem Designgeschehen in Ost und West bestens vertraut und am Suntory Museum in Osaka tätig.

„Unvergessliche Klassiker.“ (art: Das Kunstmagazin)





# titel Type Navigator

untertitel  
The Independent  
Foundries Handbook

kategorie  
Typografie

herausgeber  
Jan Middendorp, TwoPoints.Net  
ausstattung  
vollfarbig, Hardcover, inkl. CD-ROM  
seiten format  
320 24 x 30 cm  
preis  
€ 49,90 (D)  
isbn  
978-3-89955-377-2



über das buch

## Ein nützlicher Überblick für Designer, Berater, Kommunikationsagenturen und ihre Kunden über das aktuelle Angebot moderner Schriften, unabhängiger Schriftenlabel und stilprägender Schriftgestalter.

In der Vergangenheit gab es weltweit nur wenige Spezialisten, die sich intensiv mit Typografie beschäftigten. Seit der Einführung digitaler Schriften und deren Verbreitung über das Internet hat Typografie einen neuen Stellenwert bekommen. Immer mehr Gestalter entwerfen Schriften für eine Vielzahl verschiedener Anwendungen, und immer mehr dieser Gestalter gründen sogenannte Type-Foundries und vertreiben ihre Schriften selbst. Angebot und Nachfrage in diesem Bereich wachsen seit Jahren deutlich. Der Markt ist spannend, abwechslungsreich, aber auch unübersichtlich.

*Type Navigator* ist ein umfassendes Handbuch der weltweit besten unabhängigen Anbieter hochwertiger Schriften. Nach praktischen Suchkriterien strukturiert und indiziert, bietet es sowohl einen Überblick als auch die Möglichkeit einer effizienten Suche. Ob man eine bestimmte Art, die Schriften eines bestimmten Designers oder aus einem bestimmten Land sucht oder gar Preisvergleiche gefragt sind: In *Type Navigator* wird man mit Sicherheit fündig.

Neben vielen Beispielen und konkreten Anwendungen von Schriften und Alphabeten runden kompakte Profile der Foundries und Designer dieses

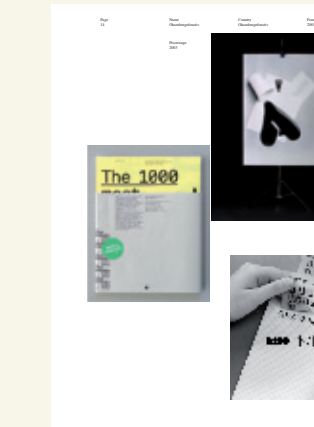
unerlässliche Compendium ab. Diverse Interviews zeigen, wie die kreativen Visionen der Betreiber die Eigenschaften ihrer Font-Libraries beeinflussen.

*Type Navigator* ist somit ein wertvolles Nachschlagewerk für Kommunikationsagenturen, Kunden, Berater und Gestalter, die sich einen neutralen Überblick über das aktuelle Angebot moderner Schriften und stilprägender Schriftgestalter verschaffen möchten.

Dem 320 Seiten starken Buch ist ein Datenträger mit 100 kostenlosen Schriftschnitten von 20 ausgewählten Foundries beigelegt.

Die Herausgeber von *Type Navigator* sind Jan Middendorp, Publizist und ausgewiesener Fachmann auf dem Gebiet der Typografie, sowie TwoPoints.Net.

*„Auch für den ‚Eingeweihten‘ wird dieses Buch viele neue Türen öffnen. Die zusammengetragenen Informationen lassen plötzlich einen Überblick über das aktuelle Type Design entstehen, wie man ihn bislang nicht kannte.“* (Webseite der Typografischen Gesellschaft München)





titel  
**Sublime**

untertitel  
**New Design and  
Architecture from Japan**

kategorien  
Architektur, Style

herausgeber  
R. Klanten, S. Ehmman, K. Bolhöfer,  
A. Kupetz, B. Meyer

ausstattung  
vollfarbig, Hardcover

seiten format  
288 24 × 30 cm

preis  
€ 49,90 (D)

isbn  
978-3-89955-372-7



über das buch

## Elegante japanische Gestaltung von Gebäuden, Räumen und Produkten zwischen gelebter Tradition und dem Entwurf der Zukunft.

Nach den visuellen Exzessen im ersten Jahrzehnt des neuen Jahrtausends scheint es jetzt ein deutliches Verlangen nach klarer, rationaler, aber trotzdem zukunfts-gewandter Gestaltung zu geben. Das Verschmelzen von Ästhetik, Funktion und Qualität und das gleichzeitige Vermeiden von Überflüssigem sind seit Jahrhunderten wesentliche Grundlagen japanischen Handwerks. Japanische Architekten und Gestalter beherrschen die leichte, fast spielerische Verbindung von rationaler Funktionalität mit zeitgemäßem Gestaltungsempfinden in herausragender Weise.

*Sublime* präsentiert eine übergreifende japanische Designästhetik und versammelt relevante Strömungen der aktuellen Gestaltung aus Japan. Das Buch zeigt Architektur, Innenräume und Produkte, die aus einem rationalen und gleichzeitig visionären Ansatz heraus entworfen wurden. Dieser ergibt eine richtungsweisende Ästhetik, die oftmals futuristisch und nahezu transzendent wirkt. Japanische Architektur verbindet harmonisch innere und

äußere Bereiche von Gebäuden. Selbst auf kleinstem Raum entsteht oft ein überraschend großzügiges Raumgefühl.

*Sublime* versammelt Beispiele, die das gekonnte Wechselspiel von Rationalität und Tradition mit Aktualität zeigen. Warum Arbeiten aus Japan diese Kombination so gut beherrschen, wird in begleitenden Texten von Andrej Kupetz und Shonquis Moreno erläutert. Neben etablierten Namen wie Tokujin Yoshioka, Kengo Kuma und Nendo werden auch jüngere Talente der nachfolgenden Generation vorgestellt, die einen eigenen Weg zwischen dem traditionellen japanischen Ansatz und den vielfältigen zeitgemäßen Einflüssen gefunden haben.

„Zeigt, warum die beste Architektur gerade vor allem in Tokio entsteht.“  
(Frankfurter Allgemeine)

„Dieses Buch (...) ist die gelungene und überraschende Zusammenfassung aktueller japanischer Architektur – nicht nur für Architekten.“ (BauNetz)





titel

# Illustrators Unlimited

untertitel

## The Essence of Contemporary Illustration

kategorie

Illustration

herausgeber

R. Klanten, H. Hellige

ausstattung

vollfarbig, Hardcover

seiten format

288 24 × 30 cm

preis

€ 44 (D)

isbn

978-3-89955-371-0



über das buch

### Illustratoren aus aller Welt zeigen die Aktualität und Bandbreite dieser Gestaltungsdisziplin.

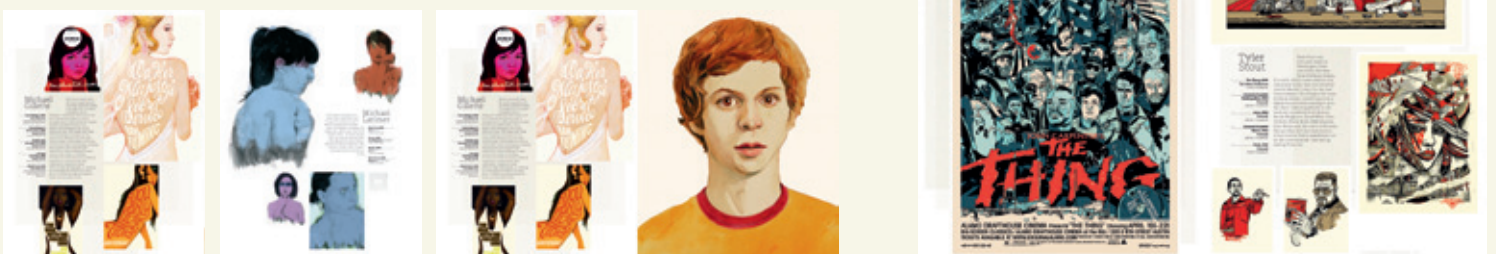
Illustration hat sich in den letzten Jahren von einem reinen Dienstleistungsgewerbe zu einer expressiven und poetischen Gestaltungsdisziplin entwickelt, die aus unserer heutigen visuellen Kultur nicht mehr wegzudenken ist. Dieses spannende Medium entfaltet sich weiterhin rasant in alle Richtungen – besonders hin zur Kunst. Auch das Editorial Design nutzt zunehmend Illustration als Ersatz für Fotografie, Dadurch werden Inhalte vertieft und aufgewertet, um auf diese Weise eine andere Dimension der Kommunikation zu ermöglichen.

*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 vertretenen Illustratoren gegliedert, die alle mit zahlreichen repräsentativen Arbeiten und einem Textporträt vom Designjournalisten James Gaddy vorgestellt werden. Alle versammelten Beispiele, ob aus den Händen etablierter oder neuer Talente, wurden ausschließlich nach künstlerischen Kriterien ausgewählt.

Die Reichhaltigkeit beeindruckender Bilder und die vertiefenden Textbeiträge machen *Illustrators Unlimited* zu einem umfassenden Überblick des aktuellen Standes zeitgenössischer Illustration. Dieser richtet sich an Auftraggeber, Agenturen und alle anderen, die sich für dieses facettenreiche Medium interessieren.

„Ein Buch für alle Sinne – eine Freude für die Augen und den Geist. Eine weitere Quelle für Inspiration vom Gestalten Verlag.“ (LigaStudios)





titel

# Iron Curtain Graphics

untertitel

Eastern European Design  
Created without Computers

kategorie

Grafikdesign

herausgeber

Atelierul de Grafica

ausstattung

vollfarbig, Softcover

seiten format

208 24 × 28 cm

preis

€ 29,90 (D)

isbn

978-3-89955-394-9



über das buch

## Grafikdesign und Illustration aus der kommunistischen Ära.

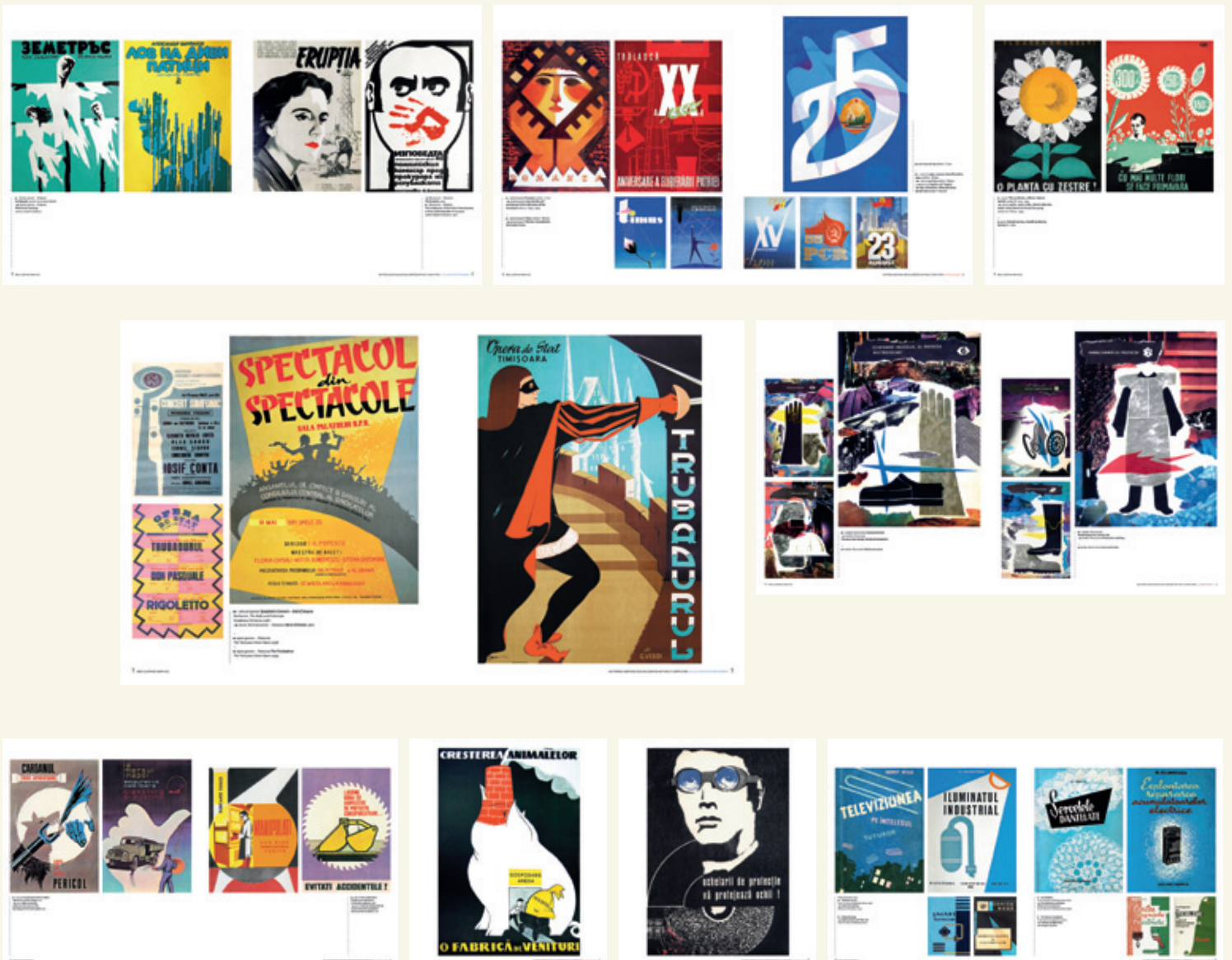
Hinter dem Eisernen Vorhang war alles grau? Weit gefehlt. Das sozialistische Grafikdesign der 1950er- bis 1970er-Jahre war überraschend frei und bunt – und ein Vorbild für viele aktuelle Arbeiten des klassisch modernen Gestaltungstrends.

*Iron Curtain Graphics* präsentiert ausgesuchtes Grafikdesign, Illustration und Typografie aus dem sogenannten Ostblock. Obwohl (oder gerade weil) die Gestalter vom Staat an strikte Regeln für die gesamte visuelle Sprache gebunden waren, wird hier offensichtlich, wie kreativ und experimentell sie mit dem Thema Gebrauchsgrafik umgingen.

In den Kapiteln Propaganda, Sicherheit bei der Arbeit, Kultur & Unterhaltung sowie Bildung & Wissenschaft werden Plakate, Schilder, Buch- und Magazinumschläge gezeigt, die heute nichts von ihrer visuellen Ausdruckskraft verloren haben – trotz des Sterbens der Regime, für die sie geschaffen wurden.

*Iron Curtain Graphics* wird von Carla Duschka und Ciprian Isac von Atelierul de Grafica aus Rumänien herausgegeben.

„Eine spannende Zeitreise in kreativer Hinsicht.“ (novum)





titel

# Art & Agenda

untertitel

## Political Art and Activism

 kategorie  
 Kunst

herausgeber

 R. Klanten, M. Hübner, A. Bieber,  
 P. Alonzo, G. Jansen

ausstattung

vollfarbig, Hardcover

 seiten format  
 288 24 × 30 cm

 preis  
 € 44 (D)

 isbn  
 978-3-89955-342-0


über das buch

## Das neue politische Bewusstsein in der jungen zeitgenössischen Kunst.

Das gesellschaftliche Leben ist im neuen Jahrtausend – besonders seit der Bankenkrise – spürbar politischer geworden. Die Kunst fördert und dokumentiert diesen Umbruch. Zunehmend werden neue visuelle Konzepte und Kommentare dazu verwendet, emotionale Themen grafisch abzubilden. Auf diesem Weg, der viel schlagkräftiger ist als das geschriebene Wort allein, werden diese Themen kommuniziert und lokal auf die sozialen und politischen Agenden gesetzt.

*Art & Agenda* untersucht den aktuellen Zusammenhang von Politik, Kunst und Aktivismus. Das Buch stellt eine Vielzahl von Künstlern vor, die sich lokal oder international politisch und gesellschaftlich engagieren. Die Persönlichkeiten und künstlerischen Tätigkeiten sind dabei so unterschiedlich wie die Themen, die bearbeitet werden. Denn je nachdem aus welchem Kulturkreis die Künstler stammen, unterscheiden sich ihre Anliegen, ihre Techniken und ihre Radikalität stark, abhängig vom jeweiligen gesellschaftlichen und politischen Umfeld. Während einige Künstler sich für Armutsbekämpfung, Frauenrechte oder den Wiederaufbau haitianischer Gemeinden einsetzen, nutzen andere die Mittel der Massenkommunikation, um beispielsweise transnationale Ölfirmen an den Pranger zu stellen.

Das Buch zeigt nicht nur, wie Kunst bestimmte Zielsetzungen widerspiegelt und bestimmt, sondern wie sie politische Reaktionen beeinflusst. Insofern ist *Art & Agenda* nicht nur eine aufschlussreiche Dokumentation aktueller urbaner Interventionen, Installationen, Performances, Skulpturen und Gemälde, sondern verweist auch auf zukünftige Formen politischer Auseinandersetzung.

Neben den Arbeiten von mehr als hundert Künstlern werden umfassende und informative Texte von den Kuratoren Pedro Alonzo, Alain Bieber und Silke Krohn sowie von Gregor Jansen, Direktor der Kunsthalle Düsseldorf, präsentiert.

Die Beiträge stammen von etablierten Künstlern wie Ai Weiwei, Elmgreen & Dragset, Fernando Bryce, Gregor Schneider, Hank Willis Thomas, Jennifer Karady, Jota Castro, Marina Abramović, Maurizio Cattelan, Milica Tomić, Paul McCarthy, Santiago Sierra, William Kentridge und Zhang Huan sowie Talenten wie Aram Bartholl, Brad Downey, JR, Shepard Fairey, Swoon, Voina Group, YesMen und Ztohoven.

*„Texte über politische Kunst, zu denen man am besten Punkgitarren hört.“* (monopol)

*„Es entlarvt. Und steht damit in der besten Tradition politischer Kunst.“* (artnet.de)

*„Das Buch zeigt Kunst, die heutzutage wichtiger ist als viele meinen. Art & Agenda ist ein Bildband, der längst überfällig war.“* (BauNetz)

*„Glücklicherweise ist es kein bloßer Bildband, der die Entwicklung des Genres chronologisch dokumentiert: Das soziokulturelle Phänomen wird vielmehr systematisch hinterfragt, Nutzen und effektive Reichweite des Projekts abgewägt.“* (form)





titel  
**Henrik Vibskov**

von  
**Henrik Vibskov**

kategorie  
Style

herausgeber  
Henrik Vibskov und Alastair Philip Wiper,  
Mitherausgeberin: Camilla R. Simpson

ausstattung  
vollfarbig, Hardcover

seiten format  
240 24 × 30 cm

preis  
€ 39,90 [D]

isbn  
978-3-89955-435-9



über das buch

Als vielseitiger Künstler, leidenschaftlicher Musiker, innovativer Bühnenbildner und trendsetzender Modemacher repräsentiert Henrik Vibskov eine frische Generation von Universalgestaltern. Dieses Buch dokumentiert zum ersten Mal die gesamte Bandbreite des produktiven Outputs von diesem Multitalent in einer Monografie. Viele der Texte und Erläuterungen stammen von Vibskov selbst. Sie bieten einen tiefen Einblick in die gleichermaßen

unheimliche wie verlockende und faszinierende Welt, die er täglich gestaltet. Man muss Vibskovs Arbeit nicht verstehen, um instinktiv zu begreifen, wie relevant sein unvergleichliches Verständnis für die Verbindung und Inszenierung von Konzept, Raum und Objekt für die Kunst und Mode geworden ist.

„Henrik Vibskov ist weit mehr als nur ein Designer.“ (vogue.de)



titel  
**Ain't We Got Fun**

von  
**Jen Ray**

kategorie  
Kunst

ausstattung  
vollfarbig, Hardcover

seiten format  
80 24,5 × 33 cm

preis  
€ 25 [D]

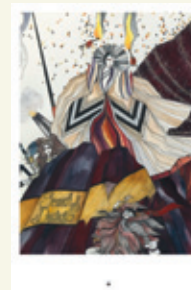
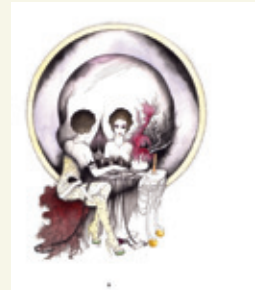
isbn  
978-3-89955-437-3



über das buch

Die großformatigen Werke der gebürtigen Amerikanerin Jen Ray versetzen den Betrachter in ein surreales Universum, in dem Krieger dystopische Landschaften durchschreiten, Rebellen magische Ortschaften besiedeln und die Herrschaft von bewaffneten Amazonen beansprucht wird. Der mystische Realismus ihrer Zeichnungen erinnert ebenso an die Welten eines Alejandro Jo-

dorowsky oder Moebius wie an die traditionelle Druckkunst und die Mangakultur Japans. *Ain't We Got Fun* gibt einen Überblick über Jen Rays Arbeiten der vergangenen sieben Jahre inklusive ihrer Illustrationen, Performances und neuerer Arbeiten. Begleitet wird ihr Werk von einem Interview mit der Künstlerin von Ana Finel Honigman sowie einem Essay vom Kurator Robbert Roos.





titel

# The Journey of Sebastian Errazuriz

von

Sebastian Errazuriz

kategorien

Kunst, Produktdesign

ausstattung

vollfarbig, Hardcover

seiten format

224 24 × 28 cm

preis

€ 35 [D]

isbn

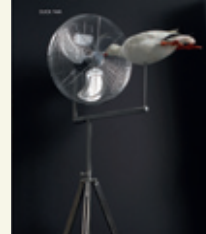
978-3-89955-441-0



über das buch

Ironisch, durchdacht, präzise – Sebastian Errazuriz bewegt sich elegant zwischen Kunst und Design. Die hinterhältige Leichtigkeit und Ironie seiner Werke wurde schon oft mit den Arbeiten Erwin Wurms verglichen. Der morbide Charme und schlagfertige Witz lässt eine Seelenverwandtschaft mit Maurizio Cattelan und Gabriel Orozco erahnen. Kunstsammler stehen vor seinem Atelier in Brooklyn so gut wie Schlange um als Erste seine Kreationen zu erlangen. Dieses

Buch präsentiert zum ersten Mal die Bandbreite der Arbeiten von Sebastian Errazuriz, die *The New York Times* als „humorvoll avantgardistisch“ beschreibt. Enthalten sind Diskussionen, die Errazuriz mit Paola Antonelli vom Museum of Modern Art und dem Künstler Tom Sachs führte, sowie Einleitungen des Kunstkritikers Christian Viveros-Fauné und Galeristin Cristina Grajales.



titel

Lux

untertitel

Lamps and Lights

kategorien

Produktdesign, Style

herausgeber

R. Klanten, K. Bolhöfer, S. Ehmann

ausstattung

vollfarbig, Hardcover

seiten format

320 17 × 24 cm

preis

€ 29,90 [D]

isbn

978-3-89955-373-4



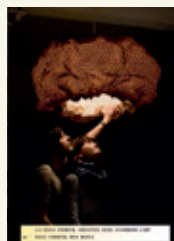
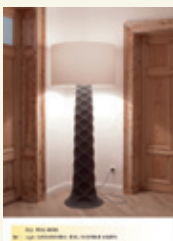
über das buch

*Lux* beschreibt und dokumentiert die aktuelle Evolution in den Bereichen Beleuchtung und Lichtdesign. Hier wird eine eklektische Sammlung lichtbezogener Projekte aus den Bereichen Produktdesign, Technologie und Kunst präsentiert. Neue Technologien und Ästhetiken bauen auf alten Formen auf oder beziehen sie auf spielerische Weise mit ein. Da die neuen Glühlampen weniger Hitze ausstrahlen, können sie mit einer nie zuvor erlebten Bandbreite an Materialien überraschend kombiniert werden. Das Buch zeigt auch,

wie Beleuchtung heute vermehrt atmosphärisch eingesetzt wird – Objekte werden aus Licht kreiert, Räumlichkeiten damit strukturiert.

„Geballte Leuchtkraft in einem Buch.“ (schoener-wohnen.de)

„Erhellend.“ (Vogue)





titel

# A History of Graphic Design for Rainy Days

kategorie  
Grafikdesign

von

Studio 3

ausstattung  
vollfarbig, Hardcover

seiten format  
224 16 × 21 cm

preis  
€ 19,90 (D)

isbn  
978-3-89955-389-5

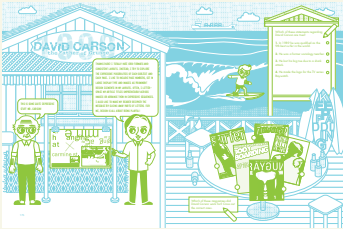


## über das buch

Eines trüben Regentages fragte ein Kind seinen Großvater: „Was genau ist eigentlich Grafikdesign?“ Mit dieser unschuldigen Frage nimmt *A History of Graphic Design for Rainy Days* seine Leser auf eine charmant illustrierte Reise mit. Sie erzählt von wegweisenden Entwicklungen und maßgeblichen Persönlichkeiten in der Welt des Grafikdesigns. Mit seiner einnehmenden Gestaltung, den humorvollen Geschichten und praktischen Übungen bietet das Buch unterhaltsame Einblicke und Anekdoten: von den bescheidenen Anfängen der Typografie

während der Industriellen Revolution bis zum digitalen Vertrieb von Fonts heute; von den ersten gedruckten Weihnachtskarten der 1850er-Jahre zu David Carsons revolutionären Layouts der Neunzigerjahre des 20. Jahrhunderts.

„Auch erfahrene Grafikdesigner finden sicherlich noch die eine oder andere historische Information in dem 224 Seiten dicken Buch.“ (frankfurtfashion)



titel

# Hyperactivitytypography from A to Z

kategorie  
Typografie

von

Studio 3

ausstattung  
vollfarbig, Hardcover

seiten format  
192 16 × 21 cm

preis  
€ 19,90 (D)

isbn  
978-3-89955-327-7

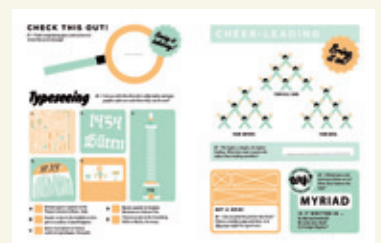
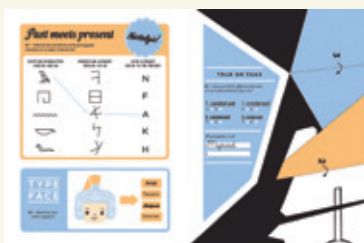


## über das buch

Wer hätte gedacht, dass eine Publikation, die den Charme eines liebevoll gemachten Kinderbuchs ausstrahlt, aufschlussreiche Einblicke in das anspruchsvolle Thema Typografie bieten kann. *Hyperactivitytypography from A to Z* ist ein nützliches Handbuch, welches das Thema Typografie auf ebenso einfache wie unterhaltsame Art beleuchtet und verständlich macht. Mit Hilfe charmanter Illustrationen, persönlicher Erklärungen sowie anregender Übungen werden gängige Begriffe und wissenswerte Details aus der Welt der

Typografie vorgestellt und allgemeinverständlich erläutert. Das Buch ermöglicht Anfängern, sich spielerisch in die Materie einzuarbeiten, und lädt auch gestandene Typografen ein, ihr Fachwissen zu trainieren und neue Einsichten zu gewinnen.

„(...) für typografisch interessierte Menschen ein hervorragender Zeitvertreib. Vorsicht Suchtgefahr.“ (PUBLISHING PRAXIS)





titel  
**The Urban Theater**

von  
Mark Jenkins

untertitel  
Mark Jenkins

herausgeber  
R. Klanten, M. Hübner

kategorie  
Kunst

ausstattung  
vollfarbig, Hardcover

seiten format  
160 21 × 26 cm

preis  
€ 35 [D]

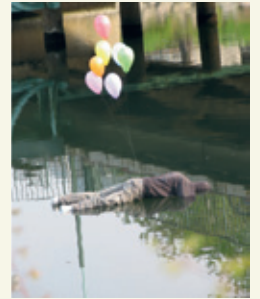
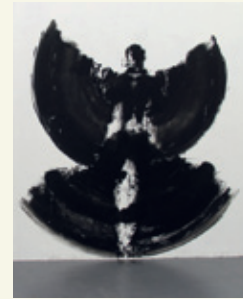
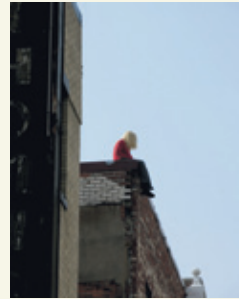
isbn  
978-3-89955-396-3



über das buch

Der amerikanische Künstler Mark Jenkins ist eine feste Größe der Street Art. Berühmt ist er dafür, lebensechte Figuren im öffentlichen Raum zu platzieren. Seine äußerst geschickten Inszenierungen provozieren unbeteiligte Zuschauer zu vielfältigen Reaktionen und machen seine Interventionen zu

schlagkräftigen Performances. Diese erste Mark-Jenkins-Monografie präsentiert die Bandbreite seiner irritierenden Installationen mit realistischen Skulpturen. Im Buch werden auch ausgewählte Fotos gezeigt, mit denen Jenkins die spontanen Reaktionen von Passanten zu seinen Interventionen dokumentiert.



titel  
**Aram Bartholl**

von  
Aram Bartholl

untertitel  
The Speed Book

herausgeber  
Domenico Quaranta

kategorie  
Kunst

ausstattung  
vollfarbig, Hardcover

seiten format  
268 21,6 × 28 cm

preis  
€ 39,90 [D]

isbn  
978-3-89955-393-2



über das buch

Für viele ist heute das virtuelle Leben im Netz schon fast realer als jenes in der echten Welt. Andere sehen die scheinbar zwangsläufigen technischen Entwicklungen unserer Zeit eher skeptisch oder empfinden sie gar als angsteinflößend. In seinen Arbeiten hinterfragt Aram Bartholl diese Gegensätzlichkeit und die große Unschärfe dazwischen mit überraschendem Scharfsinn und spielerischer Ironie. Diese erste umfassende Monografie bietet

einen Einstieg in Bartholls unterhaltsame Kunst, die realen Raum und Cyberspace oft bis zur Unkenntlichkeit vermischt, dabei möglichst auf Technologie verzichtet und dennoch eine digitale Sprache spricht.

„Gewitzte(n) Explorationen an der Schnittstelle zwischen virtueller und physischer Welt.“ (weave)





titel  
**Erratic**

untertitel  
**Visual Impact  
in Current Design**

kategorien  
Grafikdesign, Style

herausgeber  
R. Klanten, F. Schulze

ausstattung  
vollfarbig, Softcover

seiten format  
192 24 × 28 cm

preis  
€ 29,90 (D)

isbn  
978-3-89955-370-3

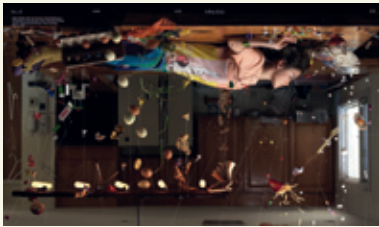


über das buch

*Erratic* dokumentiert den aktuellen Trend, mit Bildern kleine dramatische Geschichten zu erzählen. Das Buch versammelt aktuelle Arbeiten von Gestaltern, Fotografen und Künstlern, die – auch auf spielerische Weise – die Wechselwirkung zwischen Stabilität und Instabilität, Symmetrie und Asymmetrie sowie Druck und Gegendruck erforschen. Auf den ersten Blick scheinen sich die Dinge in Balance oder Symmetrie zu befinden und suggerieren auf diese Weise Stabilität. Aber die in *Erratic* gezeigten Bilder

erzählen Geschichten, besser gesagt, sie ermöglichen dem Betrachter, in seinem Kopf Geschichten in Richtung eines unausweichlichen Ereignisses weiterzuentwickeln.

„Mit diesem bemerkenswerten neuen Buch ist es dem Gestalten Verlag mal wieder gelungen, einen visuellen Metatrend auf erhellende Weise dingfest zu machen.“ (PAGE)



titel  
**Precursor**

untertitel  
**The Creativity Watchlist**

kategorien  
Grafikdesign, Style

herausgeber  
R. Klanten, A. Mollard

ausstattung  
vollfarbig, Hardcover

seiten format  
288 24 × 30 cm

preis  
€ 44 (D)

isbn  
978-3-89955-345-1

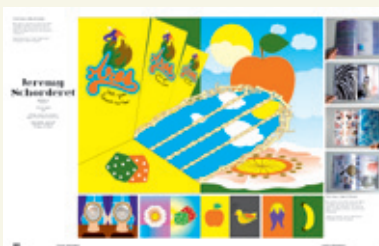


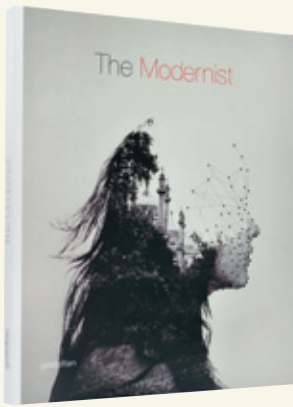
über das buch

*Precursor* stellt herausragende junge Kreative aus aller Welt vor und dokumentiert ihre neuartigen Arbeiten. Das Buch macht deutlich, dass die interessanteste Gestaltung heute an den Schnittstellen der klassischen Disziplinen stattfindet. Die hier präsentierten Designer betätigen sich fließend und oftmals gleichzeitig in etablierten Berufsbildern. Ihre individuell zusammengestellten Tätigkeitsfelder mögen wenig linear erscheinen und ihr Output

mäandert oft durch verschiedenste Disziplinen und Stile. Trotzdem – oder vielleicht gerade deshalb – sind viele von ihnen hochgradig innovativ.

„Mit *Precursor* zeigt der deutsche Verlag nämlich einmal mehr, dass er zu den besten Adressen gehört, wenn es darum geht, junge kreative Talente aufzuspüren und in einem Buch zu vereinen.“ (kinki)





titel

## The Modernist

kategorien  
Grafikdesign,  
Illustration

herausgeber  
R. Klanten, H. Hellige

ausstattung  
vollfarbig, Softcover

seiten format  
192 24 × 28 cm

preis  
€ 35 (D)

isbn  
978-3-89955-344-4

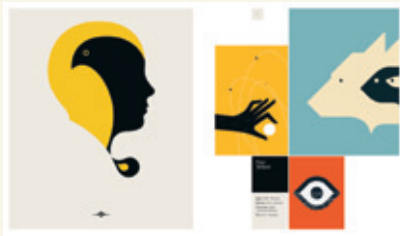


über das buch

*The Modernist* versammelt Werke aus den Disziplinen Grafikdesign und Illustration, die weitgehend mit minimalem Einsatz geschaffen wurden. Durch eine bewusst eingeschränkte Palette an Farben, Werkzeugen und geometrischen Formen wirken sie gleichermaßen zeitgemäß wie zeitlos. Dabei macht das Buch deutlich, dass heute nicht die klassische Gestaltung der 1960er- und 1970er-Jahre kopiert wird. Vielmehr fließen in die hier gezeigten Arbeiten auch spürbar die besten Entwicklungen

der 1990er-Jahre wie Vektorgrafik und Konstruktion ein. Obwohl der Ausgangspunkt dieser Gestaltung nicht vom Computer dominiert ist, dient er hier als Werkzeug, um mit Elementen zu spielen, die es damals noch nicht gab, und um die vorhandenen Mittel und Stile zusammenzubauen.

„Die in *The Modernist* gezeigten Designer scheinen (...) den Versuch zu wagen, die Menschen mit ihren Computern zu versöhnen.“ (Süddeutsche Zeitung)



titel

## Arabesque 2

untertitel  
Graphic Design from the  
Arab World and Persia

kategorien  
Grafikdesign,  
Typografie

herausgeber  
Ben Wittner, Sascha Thoma

ausstattung  
vollfarbig, Hardcover, inkl. 4 Schriften auf CD-ROM

seiten format  
208 24 × 28 cm

preis  
€ 44 (D)

isbn  
978-3-89955-330-7

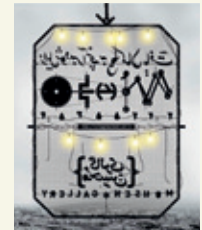


über das buch

Die Protestwelle in Tunesien, Ägypten, Jemen, Libyen und anderen Ländern hat noch einmal verdeutlicht, wie sehr der Nahe Osten auf der Suche nach einer neuen Identität ist. Auch die Gestalter der Region sind Teil dieser Bewegung, indem sie sich insbesondere in den letzten Jahren kreativ emanzipieren. Dabei erfinden sie einen eigenen, kreativen Weg zwischen lokaler visueller Tradition und modernem internationalen Stil. *Arabesque 2* beschreibt diese gestalterische Emanzipation der arabischen und persischen Welt. Das

Buch zeigt Beispiele zeitgenössischen Designs, die von der Reichhaltigkeit der visuellen Kultur dieser Regionen inspiriert und gleichzeitig innovativ und zukunftsweisend sind. Das Buch wird von einer beigelegten CD-ROM mit vier Schriftfonts abgerundet.

„Die arabische Welt befindet sich im Umbruch – auch gestalterisch, wie der zweite *Arabesque*-Überblicksband deutlich zeigt.“ (PAGE)





titel

## Utopia Forever

untertitel

### Visions of Architecture and Urbanism

kategorie

Architektur

herausgeber

R. Klanten, L. Feireiss

ausstattung

vollfarbig, Flexicover

seiten format

256 24 × 28 cm

preis

€ 44 (D)

isbn

978-3-89955-335-2



über das buch

*Utopia Forever* sammelt aktuelle Projekte und Konzepte aus Architektur, Stadtentwicklung, Urbanismus und Kunst, die den Rahmen des Faktischen sprengen, um das Potenzial von kreativen Visionen freizusetzen. Die Projekte in diesem Buch spekulieren, wie man den aktuellen Herausforderungen von Architektur, Mobilität und Elektrizität sowie Abfall-, Energie- und Lebensmittelversorgung in unseren Städten begegnen kann. Ob von etablierten

Architekten und Künstlern oder neuen Talenten erdacht, werden die Utopien in *Utopia Forever* unsere Vorstellung vom Leben in der Zukunft formen.

„Etwa 110 Utopien aus Architektur und Städtebau präsentieren Robert Klanten und Lukas Feireiss in ihrem sehens- und lesenswerten Buch.“ (Detail)



titel

## My Green City

untertitel

### Back to Nature with Attitude and Style

kategorien

Style, Grafikdesign

herausgeber

R. Klanten, S. Ehmann, K. Bolhöfer

ausstattung

vollfarbig, Flexicover

seiten format

240 21 × 26 cm

preis

€ 38 (D)

isbn

978-3-89955-334-5



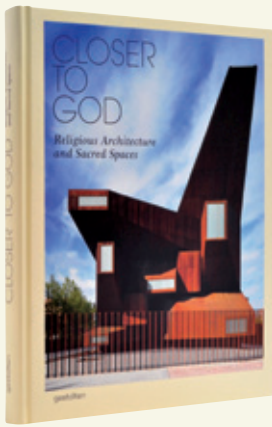
über das buch

*My Green City* versammelt inspirierende Projekte aus aller Welt – von Urban-Farming-Initiativen und Architekturvisionen, die städtische Landschaften prägen, bis zu Möbeln und anderen Gebrauchsgegenständen, die unsere Straßen und Wohnungen grüner machen. Das Buch ist eine unterhaltsame und gesellschaftlich relevante Dokumentation für alle, die sich aus professionellem Interesse oder aus privater Leidenschaft für einen verantwortungsvolleren, umweltfreundlicheren Lebensstil einsetzen. Zahlreiche

Beispiele und aufschlussreiche Projektbeschreibungen machen deutlich, wie die urbane Zukunft grün, innovativ und konstruktiv statt hoffnungslos und mit schlechtem Gewissen angegangen werden kann.

„Man hat das Gefühl, da wird eine neue Gesellschaft gebaut.“ (Süddeutsche Zeitung)





titel

## Closer to God

untertitel

### Religious Architecture and Sacred Spaces

kategorie

Architektur

herausgeber

R. Klanten, L. Feireiss

ausstattung

vollfarbig, Hardcover

seiten format

240 24 × 30 cm

preis

€ 49,90 (D)

isbn

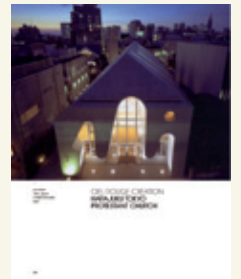
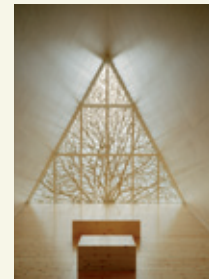
978-3-89955-313-0



## über das buch

Dieses Buch zeigt, warum Sakralbauten immer noch zu den aufregenden und ausdrucksstärksten Aufgaben der Architektur gehören. Ob Kirchenbauten, Synagogen, Moscheen, Tempelanlagen oder andere meditative Orte der Besinnlichkeit, zeigen die hier versammelten Arbeiten eine Tektonik, die zu der vielseitigsten unserer Zeit gehört. *Closer to God* illustriert anschaulich, dass

der zeitgenössische Sakralbau zu Beginn des 21. Jahrhunderts keinem vorherrschenden Stil mehr verpflichtet ist und in seiner oftmals expressiven architektonischen Formensprache in einem spannungsreichen Verhältnis von Traditionsgebundenheit und fortschrittlicher Zukunftsgewandtheit steht.



titel

## Out of the Box!

untertitel

### Brand Experiences between Pop-Up and Flagship

kategorien

Architektur, Style

herausgeber

R. Klanten, K. Bolhöfer, S. Ehmann

ausstattung

vollfarbig, Hardcover

seiten format

288 24 × 30 cm

preis

€ 49,90 (D)

isbn

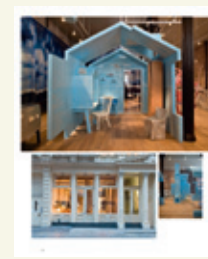
978-3-89955-374-1



## über das buch

*Out of the Box!* präsentiert inspirierende Lösungen aus aller Welt, die Marken auf besondere Weise erlebbar machen. Sie reichen von Flagship Stores, in denen eine Vision des Markenbilds fassbar werden soll, bis zu provisorischen Pop-Up-Läden, die die Essenz einer Marke für bestimmte Zielgruppen und ausgewählte Zeitfenster zelebrieren. Das Buch untersucht auch, wie neuartige Instrumente, zum Beispiel themenbezogene Verkaufsflächen

in Concept Stores, Mischformen zwischen Galerien und Boutiquen, mobile Retail Units und Event Locations, innovative Wege in der Markenkommunikation ermöglichen. Hier erfahren Architekten, Marketingverantwortliche, Gestalter und Innenausstatter, wie man Marken für anspruchsvolle, mit der Welt des Digitalen vertraute Kunden heute in der realen Welt effektiv und emotional inszenieren kann.





titel  
**A Touch of Code**

untertitel  
**Interactive Installations  
and Experiences**

kategorien  
Produktdesign,  
Architektur

herausgeber  
R. Klanten, S. Ehmann, V. Hanschke  
ausstattung  
vollfarbig, Hardcover

seiten format  
256 24 × 28 cm

preis  
€ 44 (D)

isbn  
978-3-89955-331-4



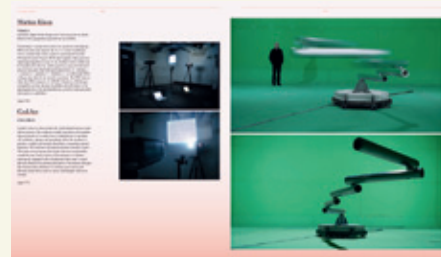
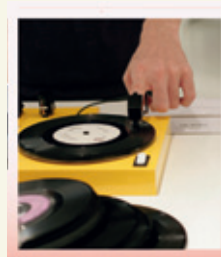
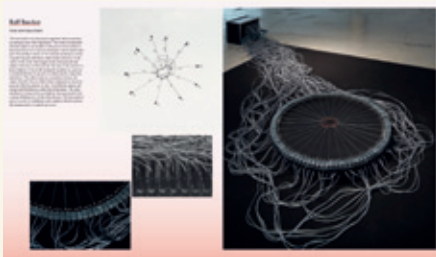
über das buch

*A Touch of Code* zeigt, wie Informationen zum Erlebnis werden. Das Buch untersucht die Schnittstellen zwischen virtueller und realer Welt, zwischen Datenstrom und den menschlichen Sinnen, an denen überraschende persönliche Erfahrungen entstehen. Es beinhaltet ein internationales Spektrum interdisziplinärer Projekte zwischen Labor, Messe und urbanem Raum, die mit neuen Anforderungen an Wahrnehmung, Interaktion und Inszenierung

spielen: Marken- und Produktpräsentationen sowie thematische Ausstellungen, Architektur, Kunst und Design.

„Für alle Design-Fans ist dieses Highlight ein Must-have.“ (THE ONE BLOG)

„Eine regelrechte Gattung interaktiver Basteleien.“ (PAGE)



titel  
**Data Flow 2**

untertitel  
**Informationsgrafik und  
Datenvisualisierung**

kategorie  
Grafikdesign

herausgeber  
R. Klanten, N. Bourquin, S. Ehmann, T. Tissot  
ausstattung  
vollfarbig, Hardcover

seiten format  
272 24 × 30 cm

preis  
€ 49,90 (D)

isbn  
Deutsche Ausgabe: 978-3-89955-295-9  
Englische Ausgabe: 978-3-89955-278-2



über das buch

*Data Flow 2* erweitert die Definition aktueller Informationsgrafik. In acht Kapiteln wird eine breitgefächerte Auswahl an innovativen Techniken, Ausdrucksweisen und Gestaltern vorgestellt. Als Schlüsselfiguren der Informationsvisualisierung kommen Steve Duenes von der *New York Times*, Andrew Vande Moere von Infosthetics, Manuel Lima von Visualcomplexity, Joachim

Sauter von ART+COM und der Kartograf Menno-Jan Kraak zu Wort. Textfeatures zeigen darüber hinaus, mit welchen Herausforderungen Kreative konfrontiert sind, wenn sie anspruchsvolle Inhalte komplex, aber verständlich, intelligent und unterhaltsam umsetzen. Dieses Buch ist in englischer und deutscher Sprache erschienen.





titel  
**Ready to Print**

von  
Kristina Nickel

untertitel  
**Handbuch für  
Mediengestalter**

ausstattung  
vollfarbig, PVC-Cover, Lesebändchen

seiten format  
288 21 × 26 cm

preis  
€ 49,90 (D)

isbn  
Englische Ausgabe: 978-3-89955-325-3



Deutsche Ausgabe: 978-3-89955-310-9

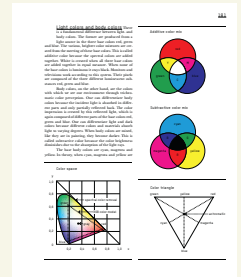
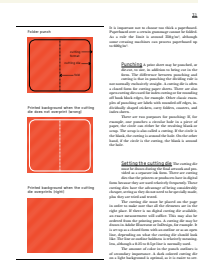
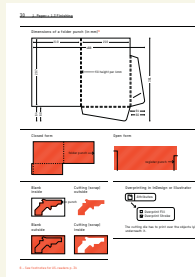
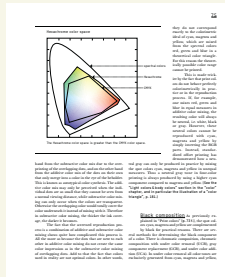
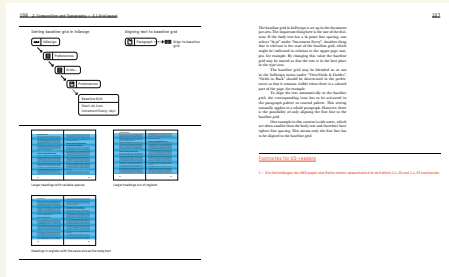


kategorien  
Grafikdesign,  
Typografie

über das buch

Dieses umfangreiche Nachschlagewerk weicht den Leser in wesentliches Grundwissen für die Aufbereitung von Druckdaten ein und ermöglicht so eine optimale Planung der einzelnen Arbeitgänge in der Druckvorstufe und der Produktion. Kapitel zu Papier, Drucktechnik, Satz und Typografie, Überfüllung, Farbe, Bildbearbeitung und PDF sowie erläuternde Grafiken vermitteln handfestes Wissen

klar und anschaulich. Von den Eigenschaften verschiedener Papiersorten bis hin zu den empfohlenen Programmeinstellungen für die Erzeugung eines druckfähigen PDFs, zeigt es Möglichkeiten auf und weist auf Einschränkungen hin. Kurzum: Dieses Buch ebnet allen Gestaltern den Weg zu einem bestmöglichen Printprodukt. Es ist in englischer und deutscher Sprache erschienen.



titel  
**cyclo.id**

von  
Ryoji Ikeda,  
Carsten Nicolai

untertitel  
**Vol. 1**

ausstattung  
s/w, Hardcover, inkl. CD-ROM

seiten format  
328 18,5 × 23 cm

preis  
€ 39,90 (D)

isbn  
978-3-89955-383-3



kategorien  
Grafikdesign,  
Kunst

über das buch

Ryoji Ikeda und Carsten Nicolai sind führende Vertreter der zeitgenössischen elektronischen Musik und Klangkunst. In ihrem gemeinsamen Projekt cyclo. generieren die beiden Künstler neue hybride Formen audiovisueller Kunst und loten die Grenzen digitaler Technik aus. Die erste Publikation des Projektes, cyclo.id – ein Buch mit begleitender CD-ROM –, ist eine multimediale, interaktive Sammlung des seh- und hörbaren Materials, das Nicolai und Ikeda in langjähriger Zusammenarbeit erforscht haben. Die Bilder

resultieren aus dem Ausmessen von „sound bits“, die mit akribischer Sorgfalt nach ihrem akustischen und illustrativen Potenzial ausgewählt wurden.

„Das Ergebnis ist nicht nur ein Abbild der puren Eleganz von struktureller Komplexität, sondern auch ein schönes Spielzeug für alle Klang- wie Bildfummler.“ (GROOVE)





titel  
**Moiré Index**

von  
Carsten Nicolai

kategorien  
Grafikdesign,  
Kunst

ausstattung  
s/w mit 14 Farbseiten,  
Hardcover, inkl. CD-ROM

seiten format  
312 18,5 × 23 cm

preis  
€ 39,90 (D)

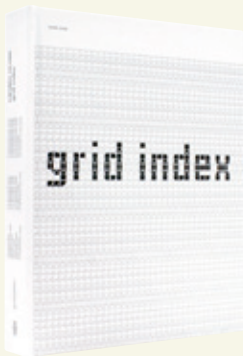
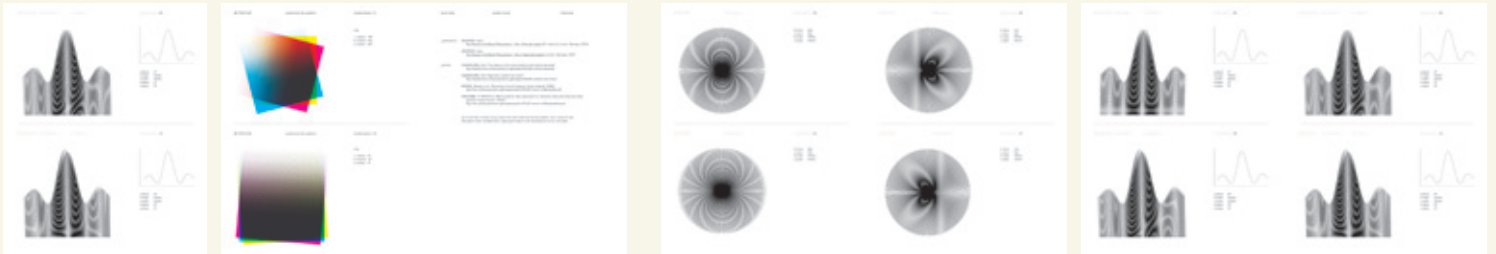
isbn  
978-3-89955-308-6



über das buch

In *Moiré Index* widmet sich der renommierte Künstler Carsten Nicolai den sogenannten Moiré-Effekten. Solche Interferenzen werden meist für einen unerwünschten Nebeneffekt gehalten, obwohl sie ästhetisch überaus interessant sind. Das Buch ist das erste umfassende Lexikon dieser Interferenzmuster. Auf dem beigelegten Datenträger werden nicht nur Moirés als Files mitgeliefert, sondern auch die Elemente, mit denen geradezu unendlich

viele neue Überlagerungen kreiert werden können. Diese lassen sich mühelos und programmübergreifend in den unterschiedlichsten visuellen Bereichen anwenden. Mit *Moiré Index* hat Nicolai wieder ein Buch geschaffen, das nicht nur ein Kunstwerk, sondern ein ebenso praktisches Arbeitsmittel für den kreativen Alltag ist.



titel  
**Grid Index**

von  
Carsten Nicolai

kategorien  
Grafikdesign,  
Kunst

ausstattung  
s/w, Hardcover, inkl. CD-ROM

seiten format  
312 18,5 × 23 cm

preis  
€ 39,90 (D)

isbn  
978-3-89955-241-6



über das buch

*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.





titel

## Book Art

untertitel

### Iconic Sculptures and Installations Made from Books

kategorie

Kunst

herausgeber

Paul Sloman

ausstattung

vollfarbig, Hardcover

seiten format

208 20 × 24 cm

preis

€ 29,90 (D)

isbn

978-3-89955-366-6

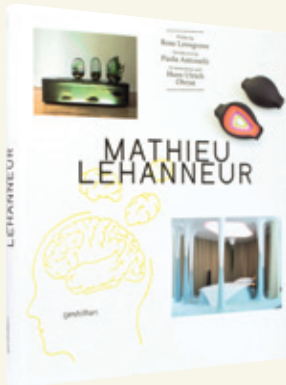


über das buch

Auch wenn die Rolle des Buches im digitalen Zeitalter aggressiv infrage gestellt wird, bleiben Bücher Objekte der Begierde, deren Faszination weit über ihren kommerziellen Wert hinausstrahlt. Somit ist es wenig überraschend, dass sie jetzt weltweit in den kreativen Fokus von Künstlern gerückt sind. Zeitgenössische Künstler und Gestalter erkunden verstärkt die Wechselwirkungen zwischen Funktion, Struktur und Format von Büchern. *Book Art* dokumentiert auf 208 Seiten herausragende aktuelle Arbeiten aus

den Bereichen Kunst, Installation und Gestaltung, die mit und aus Büchern geschaffen wurden. Die hier versammelten Beispiele sind ebenso unterschiedlich und vielgestaltig wie Bücher selbst.

„(...) zeigt, was kreative Menschen in den vergangenen Jahren alles aus Büchern schufen, indem sie diese einweichten, mit dem Skalpell traktierten oder zu Installationen türmten.“ (Welt am Sonntag)



titel

## Mathieu Lehanneur

kategorie

Produktdesign

von

Mathieu Lehanneur

herausgeber

R. Klanten, S. Ehmann

ausstattung

vollfarbig, Hardcover

seiten format

192 24 × 28 cm

preis

€ 35 (D)

isbn

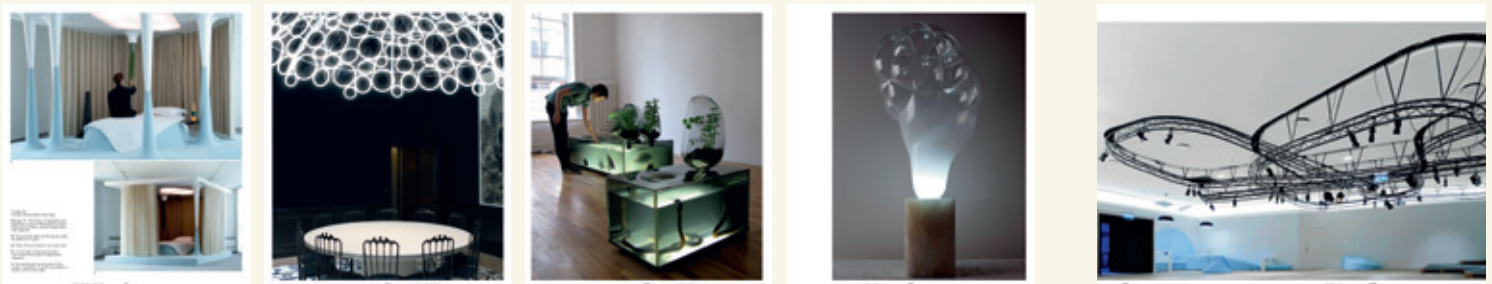
978-3-89955-395-6

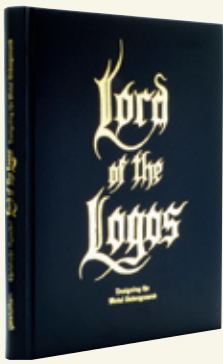


über das buch

Der französische Designer Mathieu Lehanneur hat sich in kürzester Zeit als neuer Star der weltweiten Designer-Community etabliert. Seine Entwürfe sind inspiriert vom menschlichen Körper, bionischen Strukturen und geometrischen Formen sowie den rationalen wie irrationalen Seiten der Wissenschaft. Lehanneur gestaltet ästhetische Objekte, die erstaunliche Einsichten

in die Komplexität organischer Systeme geben und auf intelligente Weise gesellschaftliche Fragestellungen aufgreifen und kommentieren. Diese erste Monografie präsentiert eine aktuelle Zusammenstellung aus den Bereichen Innenarchitektur, Produktdesign und Kunst.





titel  
**Lord of the Logos**

von  
Christophe Szpajdel

untertitel  
**Designing the Metal  
Underground**

ausstattung  
vollfarbig, Hardcover, schwarzes  
Kunstleder mit Goldprägung

seiten format  
240 21 × 26 cm

preis  
€ 35 (D)

isbn  
978-3-89955-282-9

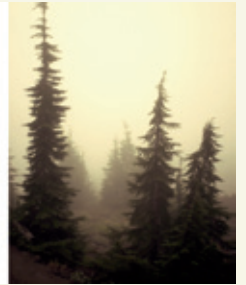
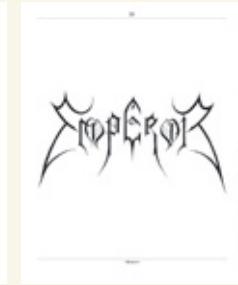
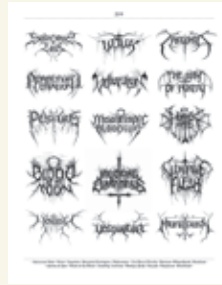
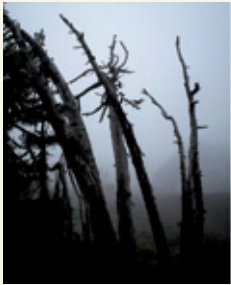


kategorien  
Grafikdesign,  
Typografie

über das buch

Lord of the Logos ist der Ehrentitel, den Christophe Szpajdel von seiner Underground-Black-Metal-Fangemeinde verliehen bekommen hat. Das gleichnamige Buch vereint Hunderte seiner kraftvollen Logos, die die ganze Wucht dieser Musik immer wieder neu einfangen. Szpajdel kombiniert seine Schriftzeichen mit anderen Zitaten aus Kunstbewegungen wie Art Déco und

Art Nouveau. Seine wichtigste Inspirationsquelle bleibt aber die Natur. Neben der beeindruckenden Auslese aus den Tausenden Logos, die er schon gezeichnet hat, enthält das Buch auch Naturfotografien, die einen starken Bezug zu seinen Arbeiten aufweisen.



titel  
**Yuko Shimizu**

von  
Yuko Shimizu

kategorien  
Kunst, Illustration

ausstattung  
vollfarbig, Hardcover

seiten format  
160 17 × 24 cm

preis  
€ 19,90 (D)

isbn  
978-3-89955-387-1

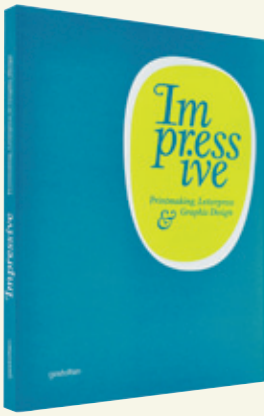


über das buch

Yuko Shimizus Illustrationen sind geprägt von einer Verbindung aus altertümlicher japanischer Grafik mit Surrealismus und Comic-Kultur. Die in New York lebende Künstlerin und Illustratorin zeichnet mit japanischen Kalligrafiepinseln die Grundformen und Figuren und ergänzt später auf digitalem Weg zusätzliche Farben und Hintergründe, was ihre ebenso elegant wie harmonisch

komponierten Bildwelten zuweilen fast wie Druckgrafiken erscheinen lässt. Diese erste Monografie präsentiert ihre häufig erotisch konnotierten Sci-Fi-Fantasien und persönlichen kreativen Visionen, die das Beste aus US-amerikanischer Pop- und japanischer Comic-Kultur verbinden.





titel  
**Impressive**

untertitel  
**Printmaking, Letterpress  
and Graphic Design**

kategorien  
Grafikdesign,  
Typografie

herausgeber  
R. Klanten, H. Hellige  
ausstattung  
vollfarbig, Softcover

seiten format  
240 24 × 30 cm

preis  
€ 35 (D)

isbn  
978-3-89955-368-0

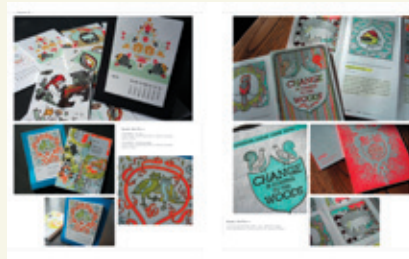


über das buch

Angetrieben von der Leidenschaft für das Besondere, für die Haptik von Papieren, Stanzen und Prägungen, für die Brillanz von Druckfarben und die Originalität von Buchbindertechniken entdecken Grafikdesigner, Illustratoren und Typografen altes Handwerk neu. *Impressive* ist das Buch, das die Ergebnisse dieser Leidenschaft präsentiert. Hier ist das Wechselspiel zwischen altbewährtem Handwerk und aktuellen Trends im Grafikdesign grundlegend

untersucht. Die gesammelten Arbeiten in *Impressive* belegen, wie relevant und spannend der moderne Umgang mit traditionellen Gestaltungsformen sein kann und wie sehr er die zukünftige Bildsprache inspirieren wird.

„In *Impressive* tut sich ein enormes Spektrum an kreativen Möglichkeiten auf.“ (J’N’C)



titel  
**Studio On Fire**

untertitel  
**Iron Beasts  
Make Great Beauty**

kategorien  
Grafikdesign,  
Typografie

von  
**Studio On Fire**

ausstattung  
vollfarbig, Hardcover

seiten format  
144 17 × 24 cm

preis  
€ 19,90 (D)

isbn  
978-3-89955-381-9

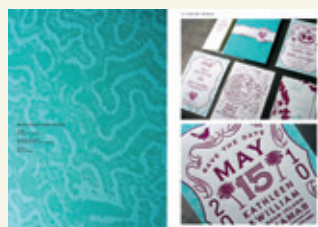


über das buch

Junge Grafikdesigner, Gestalter und Typografen entdecken traditionelle Drucktechniken wieder und nutzen diese, um ihren Arbeiten eine besondere handwerkliche Qualität zu verleihen. Studio On Fire zählt nicht nur zu den Vorreitern dieser aktuellen Entwicklung, sondern wirkt zweifellos auch stilbildend hinsichtlich der Verschmelzung von aktueller und klassischer grafischer Druckgestaltung. Das Buch versammelt neben den von Studio On Fire selbst entworfenen und gestalteten Druckarbeiten auch Produktionen,

die von Designern, Künstlern, Agenturen, Privatkunden und Brands beauftragt wurden. Die gefertigten Designs und Produkte sind von einem sagenhaften Detailreichtum und einer im wahrsten Sinne des Wortes greifbaren Sinnlichkeit.

„Eisenbiester, die große Schönheit erzeugen (...). Dieser Band zeigt die Ergebnisse davon.“ (PAGE)





titel  
**Naïve**

untertitel  
**Modernism and Folklore  
in Contemporary  
Graphic Design**

kategorien  
Grafikdesign,  
Illustration

herausgeber  
R. Klanten, H. Hellige  
ausstattung  
vollfarbig, Softcover  
seiten format  
176 24 × 28 cm

preis  
€ 35 (D)

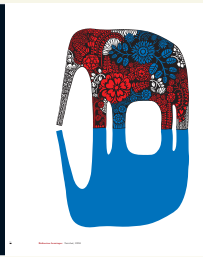
isbn  
978-3-89955-247-8



über das buch

Heute nutzen junge Grafikdesigner eine reduzierte Formensprache, arbeiten mit wenigen Farben und integrieren traditionelle, folkloristische Elemente in ihre grafischen Gestaltungen. Saul Bass, Alexander Girard oder Charles Eames sowie die Werbegrafiken der 1950er-Jahre dienen heute wieder als Inspiration. Der zeitlose Fundus grafischer Gestaltung wird wiederentdeckt; Siebdruck, Holzschnitt, klassische Typografie und Handlettering erleben eine

Renaissance. *Naïve* dokumentiert die unerwartete Rückkehr des klassischen Modernismus der 1940er- bis 1960er-Jahre als Einfluss und Inspiration in zeitgemäßer grafischer Gestaltung. Das Buch zeigt diese Entwicklung eindrucksvoll auf und versammelt eine Vielzahl anschaulicher und inspirierender Beispiele von Illustrationen und Plakaten über Logos, Cover und Muster bis hin zu Brief- und Geschenkpapiergestaltung.



titel  
**Velo**

untertitel  
**Bicycle Culture and Design**

kategorien  
Style, Grafikdesign

herausgeber  
R. Klanten, S. Ehmann  
ausstattung  
vollfarbig, Flexicover

seiten format  
240 21 × 26 cm

preis  
€ 35 (D)

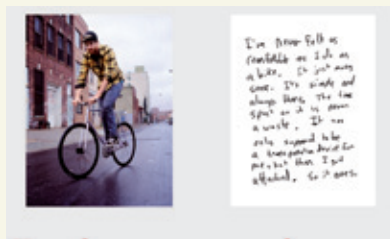
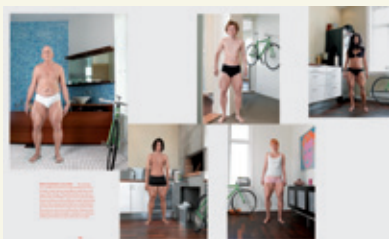
isbn  
978-3-89955-284-3

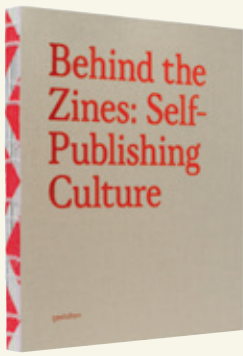


über das buch

*Velo* ist eine visuelle Reise in die abwechslungsreiche Welt des Radfahrens. Das Buch gibt Einblicke in die Haltungen und Stile, die die bunte Welt des derzeitigen Fahrradkults so faszinierend machen. Hier werden die verschiedensten Gruppen innerhalb der Fahrradszene vorgestellt. Es zeigt nicht nur die Ästhetik der aktuellen Fahrradkultur anhand von Kleidung und allerlei Sonderausstattungen, sondern untersucht auch den Einfluss, den die

ganze Entwicklung – oder Bewegung – um den Drahtesel auf die zeitgenössische visuelle Kultur hat. Darüber hinaus dokumentiert das Buch innovative Konzepte der Stadt- und Verkehrsplanung. *Velo* ist somit die Schnellspur in die unterhaltsame und gesellschaftlich relevante Themenwelt des Radfahrens, offen für alle, die sich aus professionellem Interesse oder aus privater Leidenschaft für die Welt auf zwei Rädern interessieren.





titel

# Behind the Zines

untertitel

## Self-Publishing Culture

kategorie

Grafikdesign

herausgeber

R. Klanten, A. Mollard, M. Hübner

ausstattung

vollfarbig, Softcover

seiten format

240 24 × 28 cm

preis

€ 39,90 (D)

isbn

978-3-89955-336-9



über das buch

*Behind the Zines* stellt die Bandbreite von heutigen Zines anhand ausgewählter internationaler Beispiele vor: von einer neuen Art des Portfolios, das als projektorientierte Selbstdarstellung oder als Dokumentation einer Ausstellung funktioniert, über (pseudo-) wissenschaftliche Traktate, die die Aufmerksamkeit auf ein bestimmtes Thema lenken, bis zu Freiräumen für Kreative, die sich ohne redaktionelle Eingriffe austoben wollen. Das Buch geht auch auf die Schlüsselfaktoren ein, die verschiedene Zines ausmachen.

Es präsentiert zum Beispiel Projekte, bei denen das Druckverfahren die Ästhetik maßgeblich beeinflusst oder die begrenzte Verbreitung an eine kleine, eng definierte Zielgruppe zum Teil des Gesamtkonzeptes gehört.

„Ein Ideenlabor für eine Welt, die analoge und digitale Lesekultur als zwei Seiten einer Medaille begreift.“ (Börsenblatt)



titel

# Turning Pages

untertitel

## Editorial Design for Print Media

kategorie

Grafikdesign

herausgeber

R. Klanten, S. Ehmann

ausstattung

vollfarbig, Hardcover

seiten format

272 24 × 30 cm

preis

€ 49,90 (D)

isbn

978-3-89955-314-7



*Turning Pages* beschreibt und dokumentiert, wie sich die Gestaltung von Magazinen und Büchern unter dem Einfluss des Internets verändert und welche Freiräume und Möglichkeiten dadurch entstehen. International renommierte Editorial Designer präsentieren in diesem Buch ihre Projekte und

kommentieren die verschiedenen Schritte der Konzeption, Gestaltung und Produktion von Publikationen.





titel  
**X0000X**

von  
**X0000X**

kategorie  
Kunst

herausgeber  
Benjamin Wolbergs  
ausstattung  
vollfarbig, Hardcover

seiten format  
128 17 × 24 cm

preis  
€ 19,90 (D)

isbn  
978-3-89955-417-5



über das buch

X0000X war der erste deutsche Street Artist, dessen Werke auf dem internationalen Kunstmarkt gehandelt wurden. Seine Arbeiten waren auch schon auf zahlreichen internationalen Ausstellungen zu sehen. Seine erste Monografie dokumentiert vor allem seine Porträts von weiblichen Models, die er bevorzugt in unsanierten Ecken der Stadt und auf alten Mauerwerken platziert. Der Kontrast zwischen den auffallend schönen Frauen und den

verfallenden Wänden ist wesentlicher Teil seiner künstlerischen Vision. In anderen Arbeiten in X0000X spielt Konsumkritik eine entscheidende Rolle.

„Wenn in deutschen Großstädten Straßen zum Catwalk werden und Häuserwände zu Covern, dann könnte Streetart-Sprayer X0000X seine talentierten Finger im Spiel haben.“ (Cosmopolitan.de)



titel  
**Brad Downey**

von  
**Brad Downey**

untertitel  
**Spontaneous  
Sculptures**

ausstattung  
vollfarbig, Hardcover

seiten format  
160 17 × 24 cm

preis  
€ 25 (D)

isbn  
978-3-89955-379-6

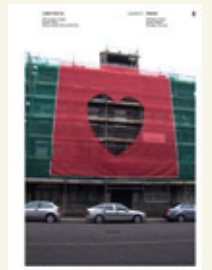


über das buch

Der amerikanische Künstler Brad Downey kreiert ausdrucksvolle Interventionen, die die visuelle Routine unserer urbanen Wahrnehmung unterbrechen. Seine Street Art ist mal spektakulär und schlagzeilenträchtig, mal klein, fein und fast verborgen. Dieses Buch ist die erste umfassende Publikation von Brad Downeys sogenannten spontanen Skulpturen. Es präsentiert – oft zum

ersten Mal – die schönsten, provozierendsten und klügsten Urban Interventions vom Meister des Genres.

„Bei den Arbeiten fasziniert die Genauigkeit und gleichzeitige Leichtigkeit des Eingriffs in die Stadt und das dadurch erzielte Resultat.“ (urbanshit.de)





titel

Sarah Illenberger

von

Sarah Illenberger

kategorien

Grafikdesign, Style

ausstattung

vollfarbig, Hardcover

seiten format

160 17 × 24 cm

preis

€ 19,90 (D)

isbn

978-3-89955-385-7

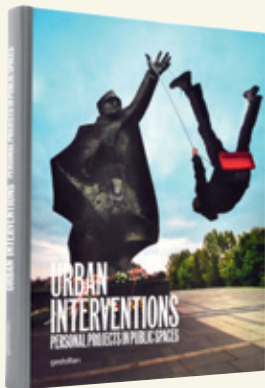
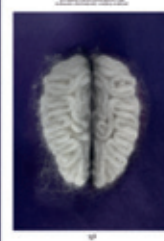
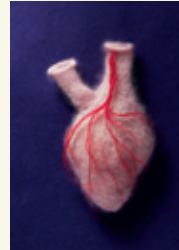


über das buch

Sarah Illenbergers Bildsprache steht für eine zeitgemäße visuelle Übersetzung von Inhalten, Daten und Ideen in humorvolle wie anschauliche Bildwelten. Die renommierte und international erfolgreiche Illustratorin und Designerin übersetzt die großen und kleinen, abstrakten und komplexen Themen und Probleme unserer Zeit in pointierte und prägnante visuelle Formen mit konzeptioneller Stärke, visueller Intensität und räumlicher Raffinesse. Besonders gern wird ihre Arbeit von Magazinen verwendet, um Artikel und

Sachthemen auf zugleich griffige und unterhaltsame Art und Weise zu illustrieren. Dieses Buch ist Illenbergers erste Monografie und versammelt neben Auftragsarbeiten auch aktuelle freie Projekte und Designs.

„Sarah Illenberger ist Meisterin im Verwandeln von Alltagsgegenständen in kleine Kunstwerke.“ (vogue.de)



titel

Urban Interventions

untertitel

Personal Projects in Public Spaces

kategorien

Kunst, Style

herausgeber

R. Klanten, M. Hübner

ausstattung

vollfarbig, Hardcover

seiten format

288 24 × 30 cm

preis

€ 44 (D)

isbn

978-3-89955-291-1



über das buch

Nach Graffiti und Street Art kommt nun der nächste Quantensprung künstlerischer Arbeiten im öffentlichen Raum. *Urban Interventions* ist das erste Buch, das diese aktuellen, persönlichen Werke umfassend dokumentiert. Hier werden ein breites Spektrum aktueller Projekte und Methoden der Urban Art gezeigt – eine Szene, die wie kaum eine andere die zeitgenössische

visuelle Sprache prägt. Gewachsen aus der Graffitikultur entstehen immer mehr Verbindungen und Wechselwirkungen mit Kunst, Architektur, Performance und Installation. Ihre Protagonisten überraschen, irritieren und provozieren durch ihre Eingriffe und machen das Öffentliche zu einem privaten Erlebnis.



**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  
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

**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

**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

**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

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](mailto:verlag@gestalten.com) gerne zur Verfügung.

## 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.  
London  
Tel. +44 (0)20 73 77 13 88  
UKenquiries@gestalten.com  
www.gestalten.com/sales

**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: November 2012  
Umschlagabbildungen: © Cooper & Gorfer / [www.coopergorfer.com](http://www.coopergorfer.com)

Font: T-Star von Michael Mischler / Foundry: [www.gestaltenfonts.com](http://www.gestaltenfonts.com)

© Die Gestalten Verlag GmbH & Co. KG, Berlin 2012  
All rights reserved. Bestellnummer 9077 (englische Ausgabe Nr. 9078)

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](http://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](http://www.gestalten.com/myclimate).



