



gestalten

gestalten

Frühjahr 2020

FRÜHJAHR 2020 / INHALT

ARCHITECTURE & INTERIOR		
DER GARTEN EDEN	6	
DO YOU READ ME?	8	
BEYOND THE WEST	8	
CONTAINER ATLAS	12	
THE HOME UPGRADE	14	
THE TOUCH	15	
THE HOUSE OF GLAM	16	
MITTELMEER MODERNE	17	
SUPER BUDEN	18	
RAUMWUNDER	18	
UPGRADE	18	
SCHMUCKE STUBE!	18	
KITCHEN LIVING	18	
BADEN BADEN	18	
KINDERKRAM	18	
LEARN FOR LIFE	18	
RICARDO BOFILL	19	
ISAY WEINFELD	19	
INSIDE UTOPIA	19	
THE TALE OF TOMORROW	19	
INSIDERS & COMPANY	19	
MAISON MONDÁN	19	
NORTHERN COMFORT	19	
SCANDINAVIA DREAMING	19	
ROCK THE BOAT	20	
ROCK THE SHACK	20	
THE HINTERLAND	20	
HIDE AND SEEK	20	
ZAUBERHÜTTEN	20	
LIVING UNDER THE SUN	20	
THE NEW NOMADS	20	
REMOTE PLACES TO STAY	20	
APPETIZER	21	
DELICIOUS PLACES	21	
OUT OF THE BOX!	21	
SHOPLIFTER!	21	
WORKSCAPE	21	
THE SHOPKEEPERS	21	
BUILDING BETTER	21	
AUTOBAN	21	
VISUAL CULTURE		
DREAMSCAPES	24	
A MAP OF THE WORLD	26	
NEWSPAPER DESIGN	28	
VISUAL JOURNALISM	28	
DESIGNING NEWS	28	
THE INTELLIGENT LIFESTYLE MAGAZINE	28	
EAT THE SUN	29	
START ME UP!	30	
UPSTART!	30	
GRAPHIC RECORDING	30	
SUPER-MODIFIED	30	
INFORMATION	30	
PHOTOVIZ	30	
THE STILL LIFE	30	
YOU'RE INVITED!	30	
A POOR COLLECTOR'S GUIDE		
TO BUYING GREAT ART	31	
TAXING ART	31	
ILLUSIVE	31	
VISUAL FEAST	31	
LOS LOGOS 7	31	
LOS LOGOS 8	31	
A MAP OF THE WORLD	31	
CAUSE AND EFFECT	31	
DESIGN & FASHION		
HIGH ON DESIGN	34	
DAS STREBEN NACH VOLLKOMMENHEIT	36	
JUNGBRUNNEN	38	
THE ESSENCE	40	
THE INCOMPLETE	42	
THE NEW LUXURY	43	
THE MONOCLE GUIDE TO HOTELS, INNS AND HIDEAWAYS	44	
THE MONOCLE GUIDE TO SHOPS, KIOSKS AND MARKETS	44	
THE MONOCLE GUIDE SERIES	45	
THE MONOCLE GUIDE TO BETTER LIVING	45	
THE MONOCLE GUIDE TO COSY HOMES	45	
THE MONOCLE GUIDE TO GOOD BUSINESS	45	
HOW TO MAKE A NATION: A MONOCLE GUIDE	45	
THE MONOCLE GUIDE TO DRINKING & DINING	45	
THE MONOCLE GUIDE TO BUILDING BETTER CITIES	45	
LESS AND MORE	46	
LESS BUT BETTER	46	
THE STORY OF EAMES FURNITURE	47	
HALLO ICH BIN ERIK	47	
EVERGREEN	47	
AFRICA RISING	47	
THE PENCIL PERFECT	47	
JUST MARRIED	47	
FOREVER	47	
FOREVER MORE	47	
ESCAPE		
CLIFFHANGER	50	
SHE SURF	52	
THE NEW TRADITIONAL	54	
SAILING THE SEAS	56	
WANDERLUST	58	
WANDERLUST USA	59	
FERNWEH	60	
REMOTE PLACES TO STAY	61	
BRUMMM #4	62	
BEAUTIFUL MACHINES	63	
TWO WHEELS SOUTH	64	
ONE YEAR ON A BIKE	64	
THE CURRENT	64	
RIDE OUT!	64	
BORN-FREE	64	
THE RIDE 2ND GEAR	64	
VELO 3RD GEAR	64	
VELO CITY	64	
THE NEW OUTSIDERS	65	
THE OUTSIDERS	65	
ALLEIN	65	
WILDSIDE	65	
THE FLY FISHER	65	
LIVING UNDER THE SUN	65	
SURF ODYSSEY	65	
SURF SHACKS	65	
OFF THE ROAD	66	
HIT THE ROAD	66	
FAST FORWARD	66	
GENTLEMEN, START YOUR ENGINES!	66	
PORSCHE 911	66	
THE DRIVE	66	
SCHÖNER TANKEN	66	
THE NEW NOMADS	66	
ROCK THE BOAT	67	
ROCK THE SHACK	67	
HIDE AND SEEK	67	
THE HINTERLAND	67	
ZAUBERHÜTTEN	67	
BON VOYAGE	67	
FOOD & BEVERAGES		
JUNGES GEMÜSE	70	
THE GREAT OUTDOORS	72	
DELICIOUS WINTERTIME	72	
NORDIC BY NATURE	72	
RAUS AUFS LAND	72	
ABRAHAMS KÜCHE	72	
STAY FOR BREAKFAST	72	
APPETIZER	72	
DELICIOUS PLACES	72	
STORY ON A PLATE	73	
TRAVEL		
THE GRAND HOSTELS	74	
MR HUDSON UNTERWEGS	77	
THE MONOCLE TRAVEL GUIDE SERIES	78	
STARTUP GUIDE	84	
A-Z INDEX	87	

ARCHITECTURE & INTERIOR





GARDEN TYPOLOGY
Xeric Garden

SIZE
19,000 sq. ft. (1.765 sq. meters)

CLIMATE
Subtropical

HARDINESS ZONE
USDA 9b

ORIENTATION
N/A

SUNLIGHT EXPOSURE
N/A

DESIGN BUDGET
N/A

MAINTENANCE BUDGET
N/A

MAINTENANCE TIME
N/A

1 Caption Ne vellandam rem dolloquised magnatur, cuffaut et et, illatam explaci ducipsuntae qui omni tendae sequia volorenqu.

2 Caption Ne vellandam rem dolloquised magnatur, cuffaut et et, illatam explaci ducipsuntae qui omni tendae sequia volorenqu.

3 Caption Ne vellandam rem dolloquised magnatur, cuffaut et et, illatam explaci ducipsuntae qui omni tendae sequia volorenqu.

4 Caption Ne vellandam rem dolloquised magnatur, cuffaut et et, illatam explaci ducipsuntae qui omni tendae sequia volorenqu.

5 Caption Ne vellandam rem dolloquised magnatur, cuffaut et et, illatam explaci ducipsuntae qui omni tendae sequia volorenqu.

BALCONES RESIDENCE - AUSTIN, TEXAS - USA



DER GARTEN EDEN

Lebendige Gärten in der Stadt und auf dem Land

Herausgeber: gestalten & Abbye Churchill
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 256 Seiten, 21 x 26 cm
Preis: ca. € 39,90 (D)
Deutsche Ausgabe ISBN: 978-3-89955-991-0

Englische Ausgabe ISBN: 978-3-89955-990-3

ERSCHEINT: FEBRUAR 2020

Der Garten Eden zeigt kleine und größere grüne Oasen in der Stadt oder auf dem Land, andere Gärten und wie man mehr Natur in sein Leben bringt.

Ein umweltbewusstes Leben ist heute vielen Menschen wichtig und wer einen Garten, eine Terrasse oder einen Balkon besitzt, versucht sie ganz bewusst anders zu gestalten als noch vor einigen Jahren. Heutzutage wird weniger Wert auf dekorative Grünanlagen gelegt, sondern darauf, der Natur etwas Raum zu geben. Egal, ob man einen nur kleinen Vorgarten oder eine größere Fläche besitzt, das Dach seines Mietshauses oder eine Terrasse begrünt, es ist oft einfacher, als man denkt, einen vielfältigen Garten für Pflanzen und Insekten zu schaffen oder sogar selber Obst oder Gemüse anzubauen. Voll inspirierender Beispiele aus aller Welt zeigt *Der Garten Eden*, wie man seinen persönlichen Lebensraum, ob in der Stadt oder auf dem Land, mit etwas Kreativität und Enthusiasmus in eine kleine grüne Oase verwandeln kann.

WAS MACHT DAS BUCH BESONDERS?

- Inspiration für Gartenbesitzer und -gestalter, auf dem Land und in der Stadt.
- Ein aufschlussreicher Mix aus Bildern, Texten sowie exklusiven Gartenplänen, mit vielen Tipps für das eigene Zuhause.
- Interviews mit Top-Gartendesignern sowie Features rund um nachhaltige Methoden, städtische Selbstversorgung und vieles mehr

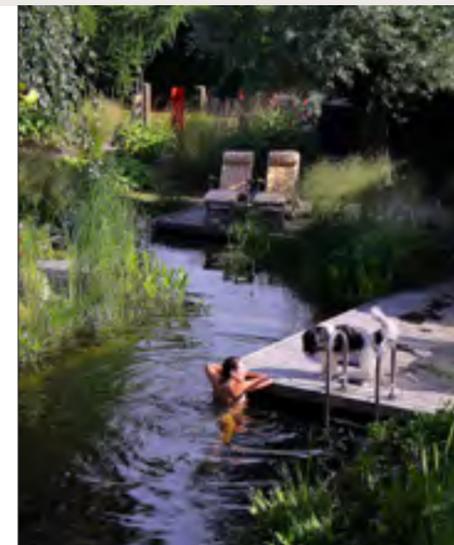
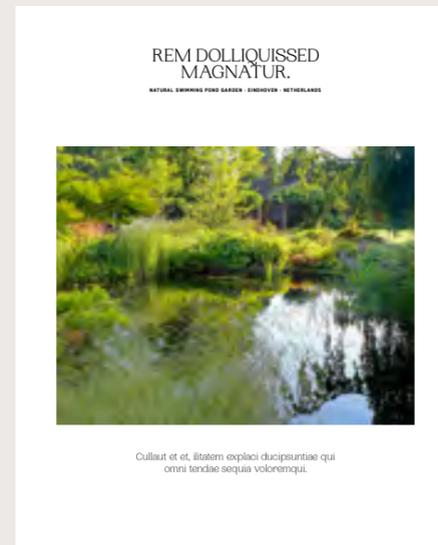
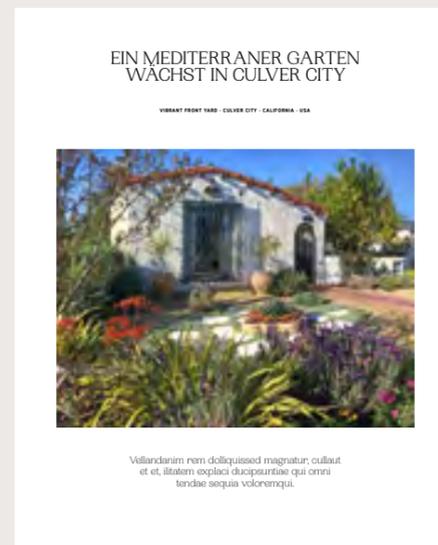
ABBYE CHURCHILL

war Chefredakteurin des Magazins *Wilder Quarterly* und wurde mit ihrem ersten Buch *Wilder Life* in der *The New York Times Book Review* ausgezeichnet. Ihre Artikel erschienen in *The New York Times*, *Vogue*, *Food & Wine* und W. Abbye Churchill lebt in Brooklyn, New York City.

NEU



SAMPLE COVER





→ mollis hendrerit risus. Phasellus faucibus nec sem in justo pellentesque facilisis. Etiam imperdiet imperdiet orci. Nunc nec neque. Phasellus leo dolor, tempus non, auctor et, hendrerit quis, nisi. Curabitur ligula sapien, tincidunt non, euismod vitae, posuere imperdiet, leo, Maecenas malesuada. Praesent congue erat at massa. Sed cursus turpis vitae tortor. Donec posuere vulputate arcu. Phasellus accumsan cursus velit. Vestibulum ante ipsum primis in faucibus orci luctus et ultrices posuere cubilia Currae. Sed aliquam, nisi quis porttitor congue, elit erat euismod orci, ac faucibus placerat dolor lectus quis orci.

Phasellus consetetur vestibulum elit. Aenean tellus metus, bibendum sed, posuere ac, mattis non, nunc. Vestibulum fringilla pede sit

amet angue. In turpis. Pellentesque posuere. Praesent turpis. Aenean posuere, tortor sed cursus feugiat, nunc angue blandit nunc, eu sollicitudin urna dolor sagittis lacus. Donec elit libero, sodales nec, volutpat a, suscipit non, turpis. Nullam sagittis.

Pellentesque habitant morbi tristique senectus et netus et malesuada fames ac turpis egestas. Ut non enim eleifend felis pretium feugiat. Vivamus quis mi. Phasellus a est, Phasellus magna. In hac habitasse platea dictumst. Curabitur at lacus ac velit ornare lobortis. Curabitur a felis in nunc fringilla tristique. Morbi mattis ullamcorper velit. Phasellus gravida semper nisi.

Nullam vel sem. Pellentesque libero tortor, tincidunt et, tincidunt eget, semper nec, quam. Sed hendrerit. Morbi ac felis. Nunc egestas →

“THIS IS A PULLQUOTE OLORE ICIUST, SUM, AMQUAE NIS EST.”



ABOVE Agnimusa ndandam imiliquis il cum que porem ipsapedipsum in parci ipsa que andaest est rerrum et utet lacea comni tem itat.

LEFT Corecte moluptate dolores dolore dest ant ut dolorest incisi quatus, ut maximol uptati ius, qui solore ipsunt ipsamus.

17



DO YOU READ ME?

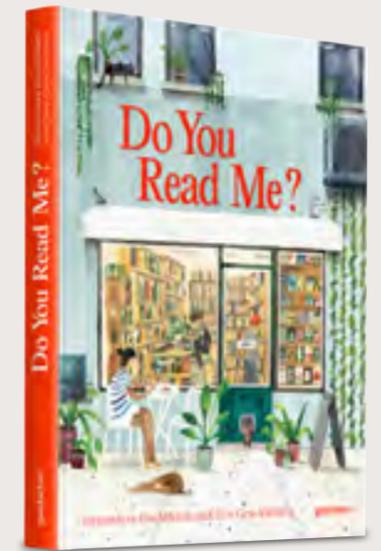
Besondere Buchläden und ihre Geschichten

Herausgeber: gestalten & Marianne Julia Strauss
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 256 Seiten, 21 x 26 cm
Preis: ca. €39,90 (D)
Deutsche Ausgabe ISBN: 978-3-89955-884-5

Englische Ausgabe ISBN: 978-3-89955-994-1

ERSCHEINT: APRIL 2020

Immer den Büchern nach – eine Auswahl der schönsten und innovativsten Buchläden der Welt.



SAMPLE COVER

Buchläden besitzen eine ganz besondere Energie und bieten die Gelegenheit, die unterschiedlichsten Themen und Ideen für sich zu entdecken – von Kochkunst bis Comic, von Architektur bis Anarchie. *Do You Read Me?* präsentiert besondere Buchläden, die mit eigenen Konzepten Wissen, Inspiration und Unterhaltung vermitteln und sich als Marktplatz für Ideen und Treffpunkt für offene, neugierige Menschen und Kulturen verstehen.

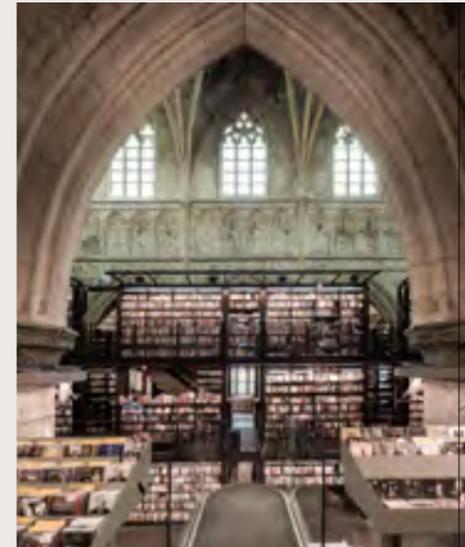
Gerade weil sich durch Smartphone und Internet die Rolle der Buchhändler gewandelt hat, haben diese neue Wege gefunden, um Kunden anzusprechen und ihnen weiterzuhelfen. *Do You Read Me?* stellt die innovativsten und schönsten Buchläden vor.

WAS MACHT DAS BUCH BESONDERS?

- Die Vorstellung von 80 Buchläden voll individueller Geschichten.
- Inspirierende Interviews mit Buchhändlern zu ihren Ideen wie ihrem Erfolg.
- Insiderwissen für angehende Buchhändler, die helfen, die Branche besser zu verstehen.
- Ein Rundgang durch eindrucksvolle Inneneinrichtungen.

MARIANNE JULIA STRAUSS

Die Reiseschriftstellerin Marianne Julia Strauss hat in den letzten zehn Jahren den Globus umrundet, auf der Suche nach den besten Buchläden der Welt. In *Do You Read Me?* hat sie eine Auswahl zusammengestellt, die man auf der nächsten Reiseroute unbedingt einplanen sollte.



“THIS IS A PULLQUOTE OLORE ICIUST, SUM, AMQUAE NIS EST.”

→ eli erat euismod orci, ac placerat dolor lectus quis orci. Phasellus consetetur vestibulum elit. Aenean tellus metus, bibendum sed, posuere ac, mattis non, nunc. Vestibulum fringilla pede sit amet angue. In turpis.

Pellentesque posuere. Praesent turpis. Aenean posuere, tortor sed cursus feugiat, nunc angue blandit nunc, eu sollicitudin urna dolor sagittis lacus. Donec elit libero, sodales nec, volutpat a, suscipit non, turpis. Nullam sagittis. Suspendisse pulvinar, augue ac venenatis condimentum, sem libero volutpat nibil, nec pellentesque velit pede quis nunc. Vestibulum ante ipsum primis in faucibus orci luctus et ultrices posuere cubilia Curae; Fusce id purus. Ut varius tincidunt libero, Phasellus dolor, Maecenas vestibulum mollis diam. Pellentesque ut neque.

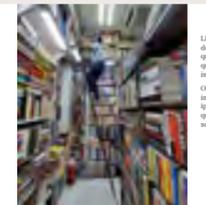
Pellentesque habitant morbi tristique senectus et netus et malesuada fames ac turpis egestas. In dui magna, posuere eget, vestibulum et, tempus auctor, justo in a fele quis tortor malesuada pretium. Pellentesque auctor neque nec urna. Proin sapien ipsum, porta a, auctor quis, euismod ut, mi. Aenean viverra rhoncus pede. Pellentesque habitant morbi tristique senectus et netus et malesuada fames ac turpis egestas. Ut non enim eleifend felis pretium feugiat. Vivamus quis mi. Phasellus a est, Phasellus magna. In hac habitasse platea dictumst, dolor diam sagittis illa, metus. Phasellus blandit leo ut odio, malesuada fames ac turpis. Ut non enim eleifend.

25

BAHRISONS

NEW DELHI - INDIA

Sublead 200 ch Ibusdae sa coris quatas expliti buscill acepudit lab ipsam nit endest, volum reriae. Equiaecpe aute nonseque inul lupta volescit, consequis del intiamus prate eat molest, ommissum rest offic toritis nus alitquo



2200 ch In Los Angeles ist Lee Kaplan so etwas wie eine Legende. Seit über 30 Jahren sammelt der Gründer von Arcana Books on the Arts akribisch die neusten bis seltensten Kunstbilde, vergilferte Künstlerbroschüren und Ausstellungskataloge aus aller Welt. Seine Fundstücke handeln von Architektur, Design, Fotografie, Film und visueller Kunst des 20. und 21. Jahrhunderts.

Regelmäßig finden gern besuchte Signierstunden und Podiumsdiskussionen statt. Nach gutem 25 Jahren in Santa Monica wichen sich Lee Kaplan und seine Frau Whitney mehr Platz und wurden im Jahr 2012 in der historischen Heims Bakery in Culver City heimisch.

Für den charismatischen Look des 400 Quadratmeter großen Ladens zeichnet das Architekturbüro Johnston Marklee verantwortlich. Heute definiert schwarzes Metall das Herzstück des Ladens. Durch die bodentiefen Fenster fällt helles Tageslicht in die gelungen umgestalteten Räume, die warm industrielles Erbe atmen. Arcana Books on the Arts ist hier selbst zu Kunst geworden.

Craige acaloberum re expedit quatus ut liscim cum sili odia possio non evenis cumqul voluptas sum quae. Ut fugiam, necum esciate

stensis aborro eveliqui aut que et aut quander nature vulpata latitate tempore costius aut expore habero exitas mi, currendocipis dolute et, sinctius etur re, illorem perumque albana vellorem uncti dem sit, nassit vit, comis aut repudi pelesti noncurat.

Aguhil istintum dentiam facepta tiamqua speribus, ut porpe que dis quod et, come la bore arumque cum cum amas, ut fugiam namam solorecti alitcum aut et as diorantecite in pressio nis res duci volo ktem. Nern facero escia int dolum revocant luptaque vulgati ofe sili, coest et, le sum faccus aut abor aut officii luptatu uniae elitem quapadant omnium, in pretiosum cum que volentis quam, omneti laceosa molibentium fugia imlpa conseriatate rate parlatenis et id que et elicitum inveneluct. Elocumen illicill optinat, ullis sitacea lobas, et, sim et el labori cone sum quat que cum sunt ellibus, simolup latiant unperum nonserum. Eocum restiae. Aguntemp sa qui con eos ent molupti andesi malioribus necae. Orsedis itamo et dolerep udulitatiso cratem et pa vitata exerum silium alia porren.

5



Project: **VINOFAKTUR VOGAU**
 Architect: **BWM ARCHITEKTEN**
 Project location: Vogau, Austria
 Estimated use: Bistro, wine shop, exhibition space
 Container type: 14 containers



81 - 82 The container-rooms of this wine distribution center and shop plug into an architectural framework like wine bottles into a wine rack. **84** The concept made an aesthetic virtue of the building's storage function in each container representing a single product category.

In order to expand their wine distribution center both spatially and notionally, two brothers in Styria, an area in southeast Austria, augmented their business with a wine shop, vintage and exhibition space dedicated to the display of regional culinary products. BWM created a 60 m long and 12 m high steel framework that results in a unique wine rack and 'store's' 14 shipping containers. The concept was to showcase, instead of concealing, the site's simultaneous function as a storage facility. The architecture was designed to make a virtue of its storage-place logistics, privileging shelves, parking cases, stacking and the repetitive look of inventory. This theme links the various programs brought together inside the building. In this way, the owners associate the authenticity of their products with the forthright character of the architecture that contains them. Looming large against the sky, adjacent to the main road, the building creates a striking visual landmark that attracts attention with irritation, irony and information. The containers, once so well-travelled overseas are now labelled with references to local products delivered from all over Styria and each represents a single product category, like wine, schnaps, oil or meat. At the highest point, the designers installed a wine tower but, in the future, the containers will be re-arranged and reconfigured to offer visitors both new vistas and new attractions.



CONTAINER ATLAS

Handbuch der Container Architektur

Herausgeber: gestalten & Prof. Han Slawik
 Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 304 Seiten, 24 x 30 cm
 Preis: ca. €49,90 (D)
 Deutsche Ausgabe ISBN: 978-3-89955-686-5
 Englische Ausgabe ISBN: 978-3-89955-669-8

ERSCHEINT: JANUAR 2020

Zurückgewonnen, wiederverwendet und nahezu unzerstörbar – der gestalten-Bestseller in einer erweiterten Neuauflage.

NEU



SAMPLE COVER

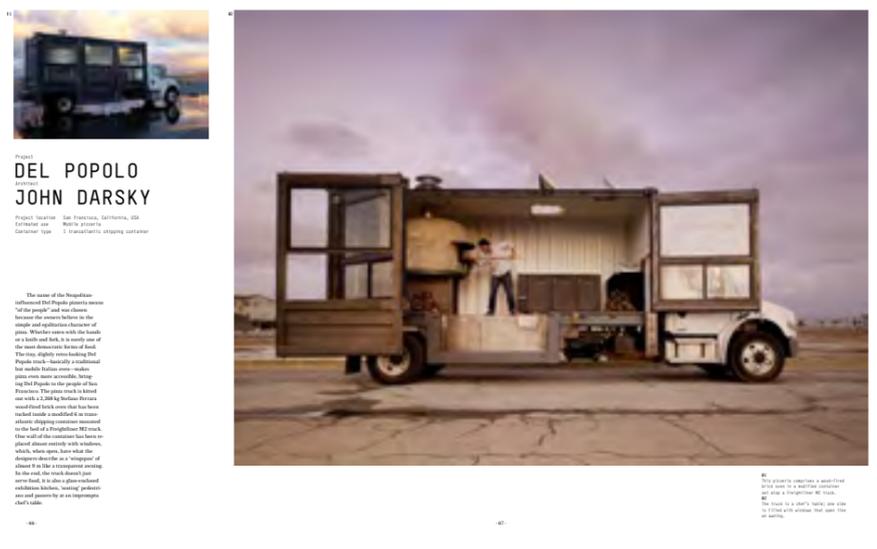
In den letzten Jahren ist die Container Architektur zu einem wesentlichen Teil unserer Baukultur geworden – ob für modulare Strukturen von Pavillons, Marken-Showrooms, Verkaufsflächen oder Wohnheime. Mit der Zeit haben Architekten immer einfallreichere Arbeitsmethoden für dieses unkomplizierte Material entwickelt, die von einfachen Stapeln bis hin zu aufwendigen Kompositionen reichen. Während dieser architektonische Ansatz vor allem als einfache Lösung für Behelfsbauten beliebt geworden ist, spürt *Container Atlas* luxuriöse Rückzugsorte, Stadtwohnungen, Gemeindezentren und viele weitere verborgene Plätze auf, die zeigen, welche überraschenden Möglichkeiten in diesem schlichten Container stecken.

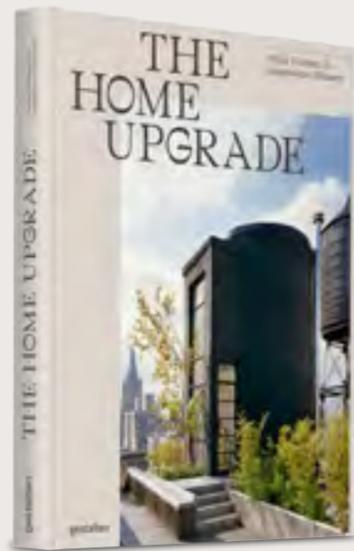


WAS MACHT DAS BUCH BESONDERS?

- Über 20 neue Container-Projekte der letzten Jahre.
- Projekte rund um die Welt, die vielfältige Nutzungsmöglichkeiten präsentieren.
- Eindrucksvolle Interviews mit führenden Vertretern der Container Architektur.
- Features zu unterschiedlichen Container-Typen.

PROF. HAN SLAWIK
 Der Architekt und Professor Han Slawik hat sich zusammen mit seinem Team als internationaler Experte für Container Architektur etabliert. Als Autor der ersten Ausgabe von *Container Atlas* kehrt er mit neuen Einblicken und Ansichten rund um diese wachsende Bewegung zurück.





THE HOME UPGRADE

Neues Wohnen in umgebauten Häusern

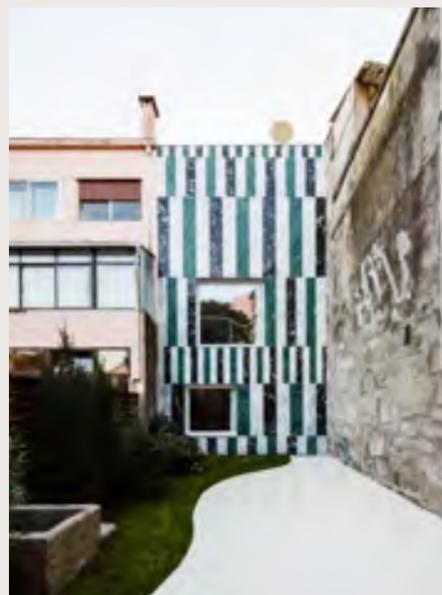
Herausgeber: gestalten & Tessa Pearson
 Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden,
 256 Seiten, 24 x 30 cm
 Preis: € 39,90 (D)
 Deutsche Ausgabe ISBN: 978-3-89955-261-4
 Englische Ausgabe ISBN: 978-3-89955-979-8

Mit etwas Fantasie lässt sich ein neues Zuhause entdecken, das in einem noch unscheinbaren Gebäude verborgen ist.

Eine Familie braucht mehr Platz, eine ehemalige Schule erwacht zu neuem Leben. Wir leben heute anders als früher und bezahlbarer Wohnraum ist rar geworden – ob in der Stadt oder auf dem Land. Somit gibt es viele Gründe, die Augen aufzuhalten und mit gutem Gespür, Cleverness und Geschmack aus einem unscheinbaren Haus ein neues Heim zu machen.

The Home Upgrade zeigt Umbauten, Anbauten und Renovierungen aus aller Welt, die von einfachen Maßnahmen bis zur kompletten Änderung des Grundrisses reichen. Gekonnt verbinden junge Architekten dabei alte Substanz und neue Ideen. Sie bewahren den ursprünglichen Charme der Gebäude und passen Licht, Raumaufteilung, Wohnkomfort und Effizienz den Anforderungen von heute an, um wohnliche Häuser für ein neues Lebensgefühl zu erschaffen.

TESSA PEARSON
 ist eine britische Journalistin und Redakteurin mit Schwerpunkt auf Design, Architektur und Innenraumgestaltung. Sie schreibt regelmäßig für *ELLE DECORATION* und arbeitet mit Kreativagenturen und Luxusmarken zusammen. Pearson war bereits als Mitherausgeberin an den gestalten-Publikationen *Super Buden* und *Kitchen Living* beteiligt.



THE TOUCH

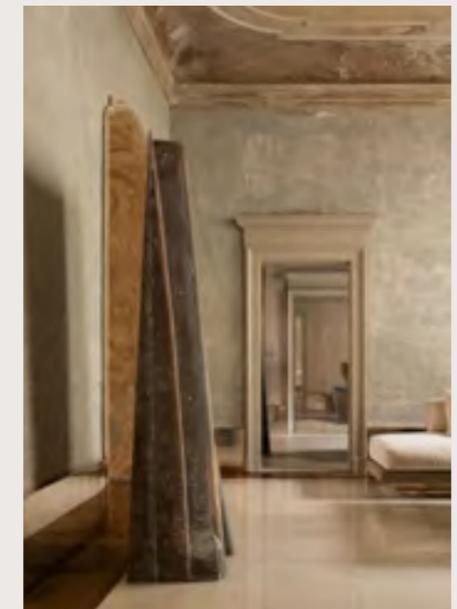
Spaces Designed for the Senses

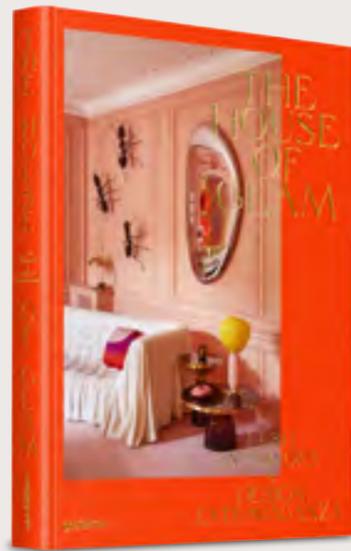
Von: Kinfolk & Norm Architects
 Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, Lesebändchen,
 288 Seiten, 24,5 x 33 cm
 Sprache: Englisch
 Preis: € 45 (D)
 ISBN: 978-3-89955-978-1

Man sagt, Schönheit liege im Auge des Betrachters. In *The Touch* präsentieren Kinfolk und Norm Architects ein Designverständnis, das davon ausgeht, dass gute Gestaltung nicht nur den visuellen, sondern auch alle anderen menschlichen Sinne anspricht.

Wie gestaltet man einen Raum, der nicht nur den visuellen, sondern auch alle anderen menschlichen Sinne anspricht? Nathan Williams von Kinfolk und Jonas Bjerre-Poulsen von Norm Architects gehen dieser Frage in ihrer ersten gemeinsamen Publikation *The Touch – Spaces Designed for the Senses* nach und präsentieren ein Designverständnis, das den Menschen und sein sinnliches Erleben in den Mittelpunkt stellt. *The Touch* stellt architektonische Raumkonzepte vor, bei denen Harmonie und Wohlbefinden durch das Zusammenspiel elementarer Gestaltungsaspekte wie Materialität, Haptik, Licht, Farbigekeit und Gemeinschaftsgefühl erzeugt werden. Der Leser erhält dabei Einblicke in über 25 beeindruckende Gebäude aus aller Welt, die entworfen wurden von Arne Jacobsen, Le Corbusier, Tatiana Bilbao oder Studio K. Neben aufschlussreichen Interviews mit Designern und Architekten gehen philosophische und kunsthistorische Bezüge der langen Tradition von Raumtheorien und Farbenlehre nach.

NATHAN WILLIAMS
 ist Mitbegründer von Kinfolk – dem stilbildenden Designmagazin mit treuen Lesern in mehr als 100 Ländern.
JONAS BJERRE-POULSEN
 ist Architekt und Gründungspartner des Büros Norm Architects. Er arbeitet seit über einem Jahrzehnt als Architekt, Designer, Art Director und Fotograf.





THE HOUSE OF GLAM

Lush Interiors and Design Extravaganza

Herausgeber: gestalten
Ausstattung: Vollfarbig,
Leinen-Hardcover,
fadengebunden, 256 Seiten,
24 x 30 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 49,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-982-8



Als Hommage an ausdrucksstarke Inneneinrichtungen, die keine gestalterischen Risiken in Form kräftiger Farben oder reicher Details scheuen, beweist diese neue Designbewegung, dass mehr durchaus mal wieder mehr sein darf.

Dekadent, pompös und bunt: Eine neue Extravaganz hält Einzug in das sonst eher schlichte Interior Design der Gegenwart. Expressive Farben und eigenwillige Muster werden kombiniert mit verspielten Accessoires und edlen Materialien. Designklassiker treffen auf Art déco und schrilles Memphis Design. *The House of Glam* widmet sich diesem unkonventionellen Wohntrend und gewährt Einblicke in pompös eingerichtete Wohnungen, die an Hollywood-Filmsets vergangener Tage erinnern und zugleich modern und visionär sind. Dabei porträtiert das Buch Interior Designer und Kreative, die mit mutigen Ideen aufregende Räume gestalten.

„Ein Fest für das Auge“
DIE PRESSE



CAMINOS SET ABOUT RECREATING THE QUINTESSENTIAL "OLD FLORIDA" VIBE THAT ONE IMMEDIATELY ASSOCIATES WITH THE SUNSHINE STATE.



MITTELMEER MODERNE

Mediterran Wohnen und Einrichten

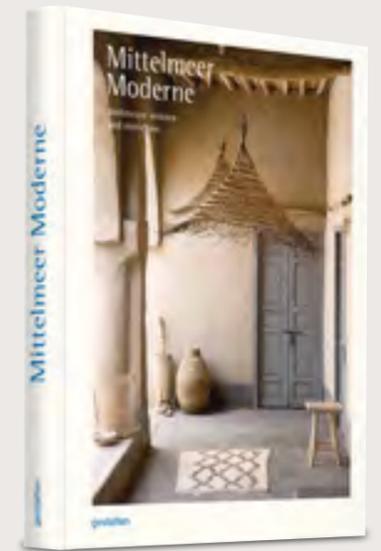
Herausgeber: gestalten
Ausstattung: Vollfarbig,
Hardcover, fadengebunden,
288 Seiten, 22,5 x 29 cm
Preis: € 39,90 (D)
Deutsche Ausgabe ISBN: 978-3-89955-258-4



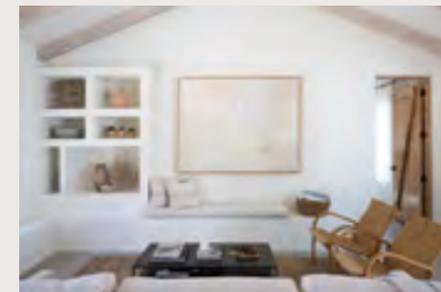
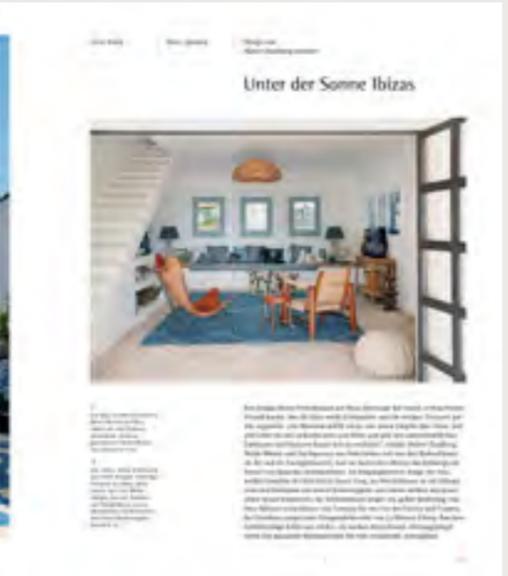
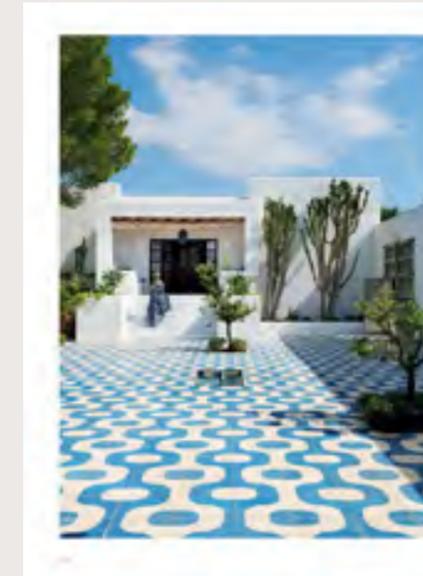
Englische Ausgabe ISBN: 978-3-89955-981-1



Mediterrane Ästhetik neu interpretiert: Dieser innenarchitektonische Ansatz verbindet die minimale Eleganz der Moderne mit warmen Erdtönen und natürlichen Materialien.



Die neue mediterrane Wohnkultur ist natürlich und minimalistisch, klassische Moderne verbindet sich mit sonniger Folklore. Diese bodenständige, frische Ästhetik erfreut sich auch jenseits des Mittelmeerraums zunehmender Beliebtheit. *Mittelmeer Moderne* blickt in Wohnungen und Sommerhäuser auf der ganzen Welt – von Portugal bis nach Marokko, Kalifornien und Mexiko. Rustikale Erdtöne, farbenfrohe Teppiche und Textilien, lokale Keramik, Korbwaren und Rattanmöbel treffen in hellen, offenen Räumen auf weiß getünchte Wände, spiegelglatte Estrichböden, Sichtbeton und Glas. Neben Porträts wegweisender Designer und Architekten wird die traditionelle Handwerkskunst der Region genauer beleuchtet. Ob unter der warmen Sonne des Südens oder in kühleren Regionen: Moderne mediterrane Einrichtung macht jedes Zuhause zu einem Ort voller handgemachter Wärme und entspannter Eleganz.





SUPER BUDEN

Einrichtungsideen und cleveres Design für kleine Wohnungen

Herausgeber: gestalten & Tessa Pearson
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 256 Seiten, 21 x 26 cm
Preis: € 39,90 (D)
Deutsche Ausgabe ISBN: 978-3-89955-539-4



Englische Ausgabe ISBN: 978-3-89955-953-8



RAUMWUNDER

Große Ideen für kleine Wohnungen

Herausgeber: gestalten
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 256 Seiten, 21 x 26 cm
Preis: € 39,90 (D)
Deutsche Ausgabe ISBN: 978-3-89955-912-5



Englische Ausgabe ISBN: 978-3-89955-698-8



Französische Ausgabe ISBN: 978-3-89955-894-4



RICARDO BOFILL

Visions of Architecture

Herausgeber: gestalten & Ricardo Bofill
Ausstattung: Vollfarbig, Halbleinen-Hardcover, Papierwechsel, fadengebunden, 300 Seiten, 24,5 x 33 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 49,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-940-8



ISAY WEINFELD

An Architect from Brazil

Herausgeber: gestalten & Isay Weinfeld
Ausstattung: Vollfarbig, Leinen-Hardcover, fadengebunden, 320 Seiten, 24 x 30 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 49,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-931-6



UPGRADE

Neuer Wohnraum durch Anbauen und Umbauen

Herausgeber: gestalten
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 256 Seiten, 24 x 30 cm
Preis: € 39,90 (D)
Deutsche Ausgabe ISBN: 978-3-89955-910-1



Englische Ausgabe ISBN: 978-3-89955-699-5



SCHMUCKE STUBE!

Der neue Landhausstil

Herausgeber: gestalten
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 272 Seiten, 24 x 30 cm
Preis: € 39,90 (D)
Deutsche Ausgabe ISBN: 978-3-89955-909-5



Englische Ausgabe ISBN: 978-3-89955-697-1



INSIDE UTOPIA

Visionary Interiors and Futuristic Homes

Herausgeber: gestalten & Adam Štěch
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 304 Seiten, 24,5 x 33 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 49,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-696-4



THE TALE OF TOMORROW

Utopian Architecture in the Modernist Realm

Herausgeber: gestalten & Sofia Borges
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 400 Seiten, 24,5 x 33 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 49,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-570-7



KITCHEN LIVING

Neues Design für wohnliche Küchen

Herausgeber: gestalten & Tessa Pearson
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 256 Seiten, 22,5 x 29 cm
Preis: € 39,90 (D)
Deutsche Ausgabe ISBN: 978-3-89955-398-7



Englische Ausgabe ISBN: 978-3-89955-965-1



BADEN BADEN

Im Badezimmer zu Hause

Herausgeber: gestalten
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 256 Seiten, 24 x 30 cm
Preis: € 39,90 (D)
Deutsche Ausgabe ISBN: 978-3-89955-932-3



Englische Ausgabe ISBN: 978-3-89955-917-0



INSIDERS & COMPANY

Neues Handwerk für ein stilvolles Zuhause

Herausgeber: gestalten
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 272 Seiten, 24 x 30 cm
Preis: € 39,90 (D)
Deutsche Ausgabe ISBN: 978-3-89955-937-8



Englische Ausgabe ISBN: 978-3-89955-936-1



MAISON MONDÄN

Elegant Zuhause in den Metropolen der Welt

Herausgeber: gestalten
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 272 Seiten, 24 x 30 cm
Preis: € 39,90 (D)
Deutsche Ausgabe ISBN: 978-3-89955-934-7



Englische Ausgabe ISBN: 978-3-89955-929-3



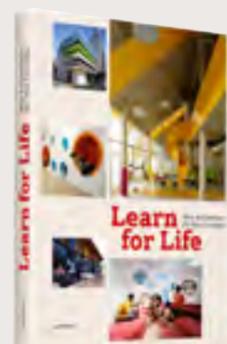
KINDERKRAM

Kinderzimmer für kleine Leute von heute

Herausgeber: gestalten
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 256 Seiten, 22,5 x 29 cm
Preis: € 39,90 (D)
Deutsche Ausgabe ISBN: 978-3-89955-685-8



Englische Ausgabe ISBN: 978-3-89955-942-2



LEARN FOR LIFE

New Architecture for New Learning

Herausgeber: gestalten & Sofia Borges
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 288 Seiten, 24 x 30 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 44 (D)
ISBN: 978-3-89955-414-4



NORTHERN COMFORT

Skandinavisch einrichten, gestalten und leben

Herausgeber: gestalten & Austin Sailsbury
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 256 Seiten, 22,5 x 29 cm
Preis: € 39,90 (D)
Deutsche Ausgabe ISBN: 978-3-89955-432-8



Englische Ausgabe ISBN: 978-3-89955-962-0

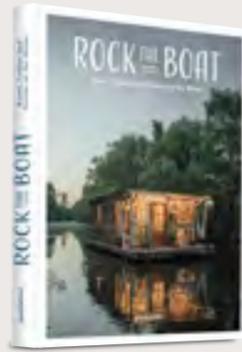


SCANDINAVIA DREAMING

Nordic Homes, Interiors and Design

Herausgeber: gestalten & Angel Trinidad
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 288 Seiten, 24 x 30 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 39,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-670-4

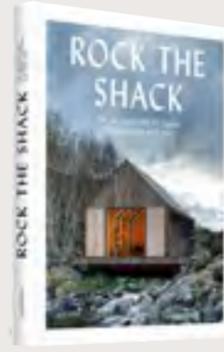




ROCK THE BOAT

Boats, Cabins and Homes on the Water

Herausgeber: gestalten
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 272 Seiten, 21 x 26 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 39,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-916-3



ROCK THE SHACK

The Architecture of Cabins, Cocoons and Hide-Outs

Herausgeber: gestalten
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 240 Seiten, 24 x 30 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 39,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-466-3



APPETIZER

New Interiors for Restaurants and Cafés

Herausgeber: gestalten
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 272 Seiten, 24 x 30 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 39,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-930-9



DELICIOUS PLACES

New Food Culture, Restaurants, and Interiors

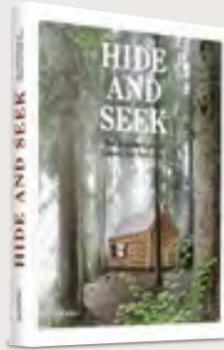
Herausgeber: gestalten
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 256 Seiten, 21 x 26 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 38 (D)
ISBN: 978-3-89955-969-9



THE HINTERLAND

Cabins, Love Shacks and Other Hide-Outs

Herausgeber: gestalten
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 288 Seiten, 24 x 30 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 39,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-663-6



HIDE AND SEEK

The Architecture of Cabins and Hide-Outs

Herausgeber: gestalten
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 256 Seiten, 24 x 30 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 39,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-545-5



OUT OF THE BOX!

Brand Experiences between Pop-Up and Flagship

Herausgeber: gestalten
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 288 Seiten, 24 x 30 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 49,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-374-1



SHOPLIFTER!

New Retail Architecture and Brand Spaces

Herausgeber: gestalten
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 256 Seiten, 24 x 30 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 49,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-941-5



ZAUBERHÜTTEN

Doppelzimmer mit Aussicht

Herausgeber: gestalten
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 256 Seiten, 24 x 30 cm
Preis: € 39,90 (D)
Deutsche Ausgabe ISBN: 978-3-89955-493-9



Englische Ausgabe ISBN: 978-3-89955-655-1



LIVING UNDER THE SUN

Tropical Interiors and Architecture

Herausgeber: gestalten
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 304 Seiten, 24 x 30 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 44 (D)
ISBN: 978-3-89955-592-9



WORKSCAPE

New Spaces for New Work

Herausgeber: gestalten & Sofia Borges
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 240 Seiten, 24 x 30 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 39,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-495-3



THE SHOPKEEPERS

Storefront Businesses and the Future of Retail

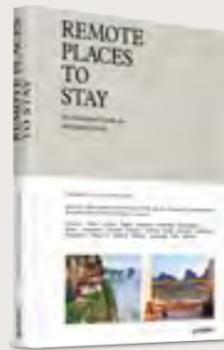
Herausgeber: gestalten
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 256 Seiten, 24 x 30 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 39,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-590-5



THE NEW NOMADS

Temporary Spaces and a Life on the Move

Herausgeber: Gestalten
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 224 Seiten, 24 x 28 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 39,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-558-5



REMOTE PLACES TO STAY

Die schönsten Hotels an entlegenen Orten

Herausgeber: Debbie Pappyn & David De Vleeschauer
Ausstattung: Vollfarbig, Leinen-Hardcover, fadengebunden, 312 Seiten, 20,5 x 27 cm
Preis: € 39,90 (D)
Deutsche Ausgabe ISBN: 978-3-89955-165-5



Englische Ausgabe ISBN: 978-3-89955-986-6



BUILDING BETTER

Sustainable Architecture for Family Homes

Herausgeber: gestalten
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 256 Seiten, 24 x 30 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 44 (D)
ISBN: 978-3-89955-512-7



AUTOBAN

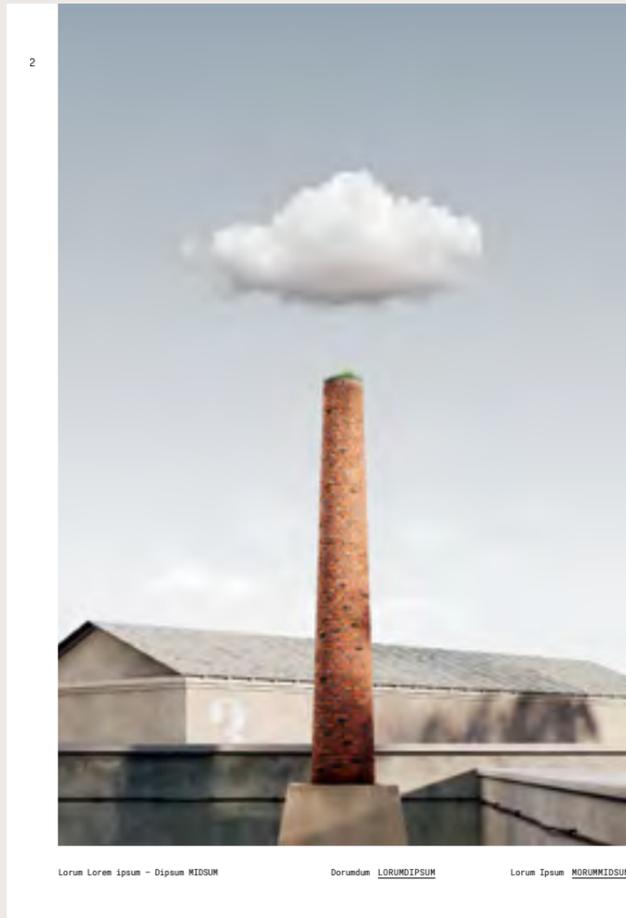
Form. Function. Experience

Herausgeber: gestalten
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 320 Seiten, 24 x 30 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 49,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-508-0



VISUAL CULTURE





DREAMSCAPES

Surreal Spaces, Architecture and Interiors

Herausgeber: gestalten
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 208 Seiten, 21 x 26 cm
Sprache: Englisch
Price: € 29.90 (D)
ISBN: 978-3-89955-249-2



ERSCHEINT: APRIL 2020

Eine Reise durch traumähnliche Landschaften, unglaubliche Gebäude und fantastische Räume an der Grenze des Vorstellbaren.

NEW

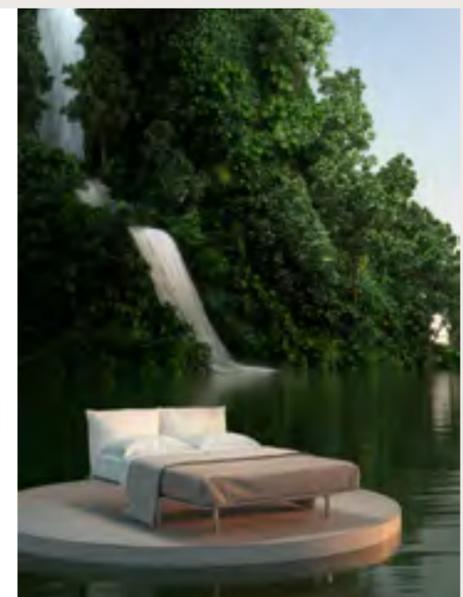
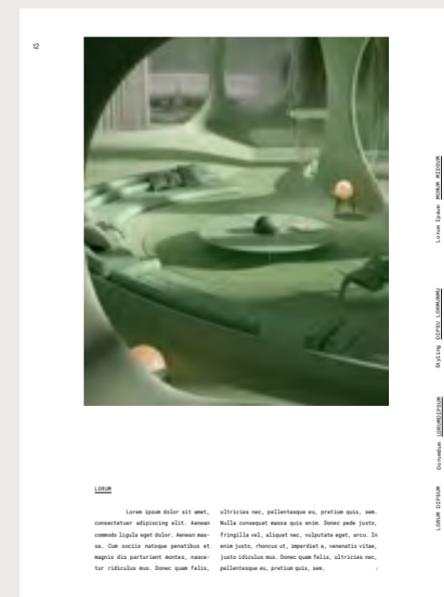


SAMPLE COVER

Laut Oscar Wilde ist „Fortschritt die Verwirklichung von Utopien“. *Dreamscapes* folgt seinem Weitblick und lädt seine Leser ein, Kulissen zu entdecken, die nicht von dieser Welt sind und die mit ihren Ideen den Weg in die Zukunft öffnen. Indem die Grenzen zwischen architektonischer Funktionalität und abstrakten künstlerischen Ausdrucksformen verschwimmen, offenbaren sich neue Visionen für Architektur, Design, Innenraumgestaltung und Bühnenbild. Das Buch präsentiert die Arbeiten führender Kreativer aus der ganzen Welt gemeinsam mit ihren Inspirationen und Zielen. Ideen, die von den Möglichkeiten digitaler Techniken wie Computeranimation und -grafik bestimmt sind und die eine neue inspirierende Richtung vorgeben, an der sich die Grenzen zwischen Realität und Fiktion auflösen.

WAS MACHT DAS BUCH BESONDERS?

- Der erste Bildband über die Arbeiten führender Künstler und Kreativer einer neuen Ästhetik, die in den sozialen Medien den Zeitgeist bestimmt.
- Ein aufschlussreicher und innovativer Blick auf die Welt der digitalen Kunst, die zweifellos die Zukunft der Kreativität definiert.
- Eine inspirierende Zusammenstellung für Künstler wie Profis im Bereich Architektur und Design.





A MAP OF THE WORLD

The World According to Illustrators and Storytellers

Herausgeber: gestalten & Antonis Antoniou
 Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 256 Seiten, 24,5 x 33 cm
 Sprache: Englisch
 Preis: ca. € 39,90 (D)
 ISBN: 978-3-89955-881-4



ERSCHEINT: JANUAR 2020

Illustrierte Karten – der Bestseller in einer überarbeiteten und erweiterten Ausgabe.

Über Jahrhunderte haben wir die Mittel der Kartografie dazu benutzt, unsere Umgebung zu beschreiben und anderen davon zu berichten – von der nächsten Straße bis zur gesamten Welt. Im Zeitalter von Satelliten-Navigationssystemen und Google Maps ist jedoch die persönliche Interpretation all dieser Orte sehr viel relevanter geworden. Designer und Illustratoren haben ihre Leidenschaft für die illustrierende Kartografie entdeckt, die mehr erzählen will. *A Map of the World* ist eine beeindruckende Sammlung ihrer Arbeiten, die in der aktualisierten Ausgabe noch mehr Beispiele bietet – von besonders detaillierten Darstellungen bis hin zu persönlichen, kindlichen oder zeitgenössischen Interpretationen.

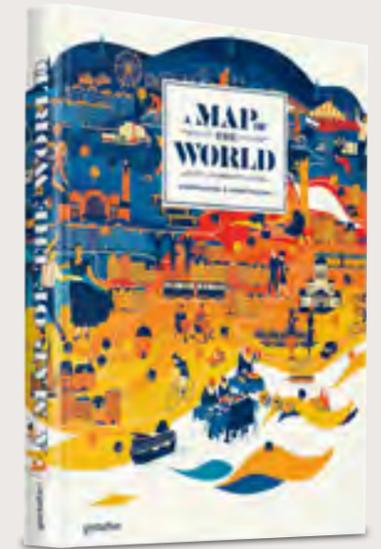
WAS MACHT DAS BUCH BESONDERS?

- Mehr als 200 Karten rund um die Welt.
- Karten mit unterschiedlichen Verwendungszwecken, von persönlichen Projekten bis zu Reiseführern.
- Handgezeichnete wie digital erstellte Karten, unterhaltsame wie ernst zu nehmende.
- Eine Inspiration für Kartografen, Illustratoren, Grafikdesigner sowie alle, die auf neuen Wegen ihre Arbeit präsentieren wollen.

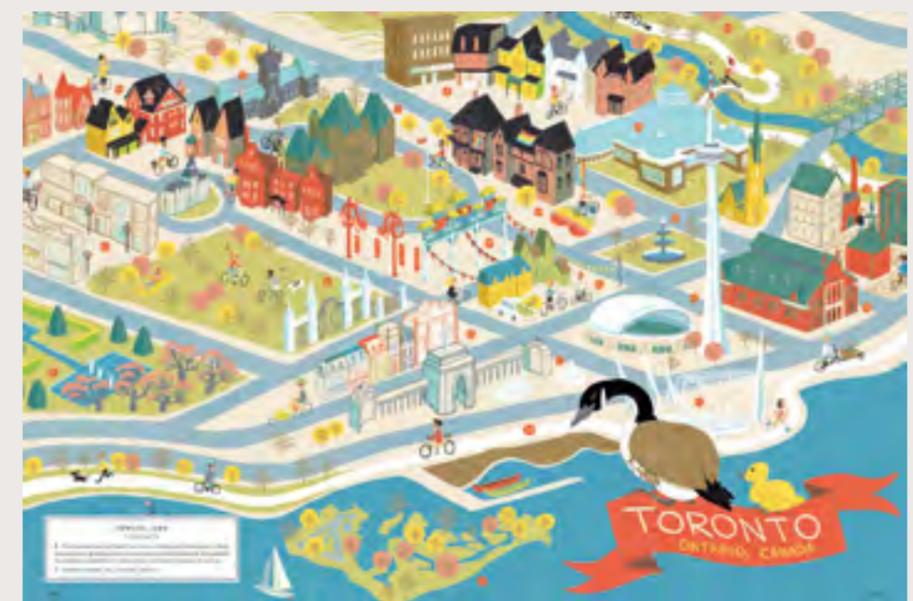
ANTONIS ANTONIOU

ist fasziniert von den Möglichkeiten, materielle Dinge durch Visualisierungen zum Leben zu erwecken. Aufgewachsen auf Zypern interessierte er sich schon von Kindheit an für Farben und Formen. Wenn er nicht gerade leidenschaftlich Karten und Listen entwirft, arbeitet er als Architekt.

NEU



SAMPLE COVER





NEWSPAPER DESIGN

Editorial Design from the World's Best Newsrooms
Herausgeber: gestalten & Javier Errea
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 288 Seiten, 24,5 x 33 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 49,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-536-3



VISUAL JOURNALISM

Infographics from the World's Best Newsrooms and Designers
Herausgeber: gestalten & Javier Errea
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 288 Seiten, 24,5 x 33 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 49,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-919-4



DESIGNING NEWS

Changing the World of Editorial Design and Information Graphics
Von: Francesco Franchi
Herausgeber: gestalten
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 240 Seiten, 18,6 x 30 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 49,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-468-7



THE INTELLIGENT LIFESTYLE MAGAZINE

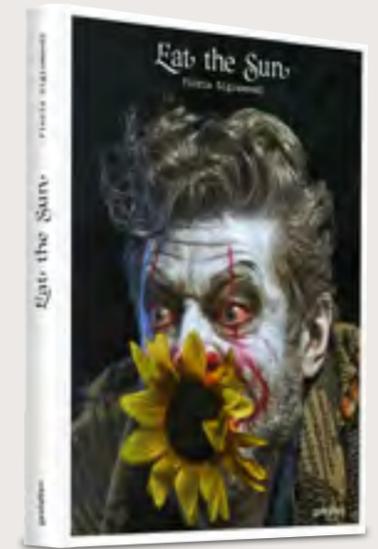
Smart Editorial Design, Ideas and Journalism
Von: Francesco Franchi & Christian Rocca
Herausgeber: gestalten
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 272 Seiten, 24,5 x 33 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 49,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-631-5



EAT THE SUN

Floria Sigismondi

Herausgeber: gestalten & Floria Sigismondi
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 192 Seiten, 24,5 x 33 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 39,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-975-0



Floria Sigismondi hat es mit ihren surrealen Bildwelten geschafft, Hollywood und die Musikwelt nachhaltig zu prägen.

Die Monografie *Eat the Sun* bietet einen starbesetzten Überblick über das fotografische und filmische Werk von Floria Sigismondi. Mit ihrer Vorliebe für das Skurrile und Groteske hat Sigismondi in den letzten 25 Jahren immer wieder Grenzen gesprengt und sich damit als eine der kreativsten Künstlerinnen ihrer Branche etabliert. In *Eat the Sun* setzt die Regisseurin und Fotografin Stars wie Tilda Swinton, Elle Fanning, Saoirse Ronan, Tatum O'Neal oder Kristen Stewart in surrealen Bildwelten in Szene. Die Filmstills (u.a. *The Horror Show* und *The Turning*) und verstörende Fotoserien spiegeln ihre charakteristische Noir-Ästhetik wider.

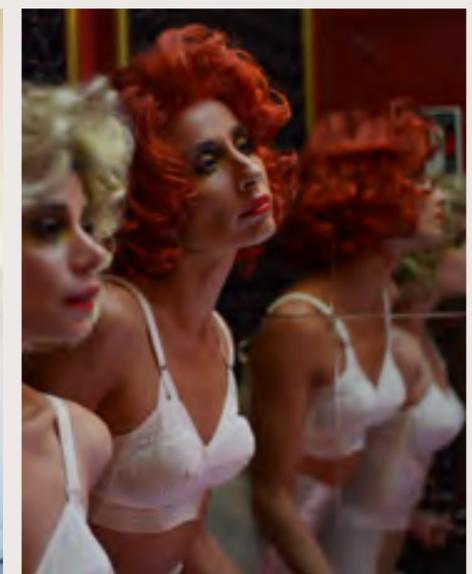
FLORIA SIGISMONDI
ist in Italien geboren und wuchs in Kanada auf, heute lebt sie in Los Angeles, Toronto und New York City. Mit der kontrastreichen, surrealen Ästhetik ihrer Filme, Fernsehserien und Musikvideos hat Sigismondi einen Stil entwickelt, der sie zu einer der herausragendsten Regisseurinnen der Gegenwart macht.

„Abgründig schön“
FAQ

UNSERE EMPFEHLUNG



IMMUNE
Floria Sigismondi
Herausgeber: gestalten & Mika Mischler
Preis: € 19,99 (D)
ISBN: 978-3-89955-069-6





START ME UP!

New Branding for Businesses

Herausgeber: gestalten & Anna Sinofzik
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 256 Seiten, 24 x 28 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 39,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-556-1



UPSTART!

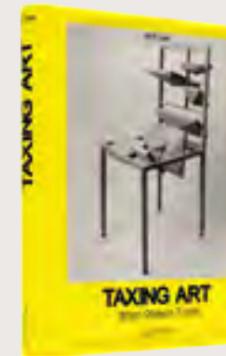
Visual Identities for Start-ups and New Businesses

Herausgeber: gestalten & Anna Sinofzik
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 256 Seiten, 24 x 28 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 39,90
ISBN: 978-3-89955-954-5



A POOR COLLECTOR'S GUIDE TO BUYING GREAT ART

Von: Erling Kagge
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 192 Seiten, 17 x 24 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 29,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-579-0



TAXING ART

When Objects Travel

Herausgeber: gestalten
Ausstattung: Vollfarbig, Flexicover, fadengebunden, 160 Seiten, 16 x 21 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 29,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-346-8



GRAPHIC RECORDING

Eine Anleitung zum Illustrieren von Meetings, Konferenzen und Workshops

Herausgeber: gestalten & Anna Lena Schiller
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 192 Seiten, 24 x 28 cm
Preis: € 39,90 (D)
Deutsche Ausgabe ISBN: 978-3-89955-692-6



Englische Ausgabe ISBN: 978-3-89955-656-8



SUPER-MODIFIED

The Behance Book of Creative Work

Von: Behance
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 288 Seiten, 20 x 26,5 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 39,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-538-7



ILLUSIVE

Contemporary Illustration Part Four

Herausgeber: gestalten & John O'Reilly
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 400 Seiten, 21 x 26 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 29,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-587-5



VISUAL FEAST

Contemporary Food Staging and Photography

Herausgeber: gestalten
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 272 Seiten, 24 x 30 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 39,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-695-7



INFORMATION

Animated Infographics

Herausgeber: Tim Finke, Sebastian Manger & Stefan Fichtel
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, inkl. kostenloser Video-Downloads, 208 Seiten, 24 x 28 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 49,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-415-1



PHOTOVIZ

Visualizing Information Through Photography

Herausgeber: gestalten & Nicholas Felton
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 256 Seiten, 24 x 30 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 39,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-645-2



LOS LOGOS 7

Herausgeber: gestalten, Nina C. Müller, George Popov & Anna Sinofzik
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 400 Seiten, 24 x 19 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 39,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-546-2



LOS LOGOS 8

Herausgeber: gestalten & Jonas Herfurth
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 400 Seiten, 24 x 19 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 39,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-694-0



THE STILL LIFE

In Product Presentation and Editorial Design

Herausgeber: gestalten & Anna Sinofzik
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 288 Seiten, 24,5 x 33 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 39,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-581-3



YOU'RE INVITED!

Invitation Design for Every Occasion

Herausgeber: gestalten
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 256 Seiten, 24 x 30 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 39,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-920-0



UPDATED EDITION



A MAP OF THE WORLD

The World According to Illustrators and Storytellers

Herausgeber: gestalten & Antonis Antoniou
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 256 Seiten, 24,5 x 33 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 39,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-881-4



CAUSE AND EFFECT

Visualizing Sustainability

Herausgeber: gestalten
Ausstattung: Vollfarbig, Flexicover, 240 Seiten, 21 x 26 cm
Preis: € 39,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-443-4



DESIGN & FASHION





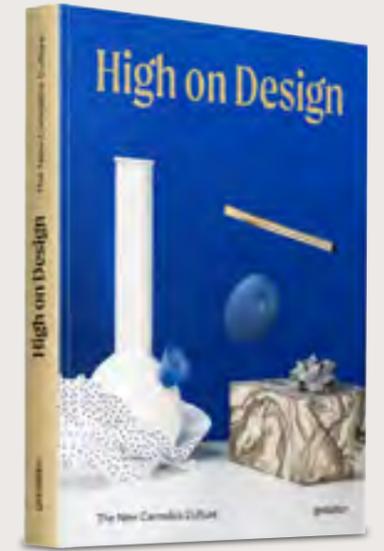
HIGH ON DESIGN

The New Cannabis Culture

Herausgeber: gestalten & Santiago Rodriguez Tarditi
 Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 256 Seiten, 21 x 26 cm
 Sprache: Englisch
 Preis: ca. € 39,90 (D)
 ISBN: 978-3-89955-880-7



ERSCHEINT: MAI 2020



SAMPLE COVER

„Gras“ ist heute nicht nur gesellschaftsfähig, es hat sich auch zu einem guten Geschäftsmodell entwickelt. *High on Design* präsentiert die neuen Marken, Designs und Künstler hinter dieser Revolution.

Während Cannabis immer noch als entspannende Droge eng mit der Subkultur der westlichen Welt assoziiert wird, hat es sich zu einer gewaltigen Industrie entwickelt. Mit der Legalisierung des Konsums in einigen Ländern sind in den letzten Jahren Unternehmer groß geworden, die auf eine neue Generation von Konsumenten bauen. In aufschlussreichen Texten reflektiert *High on Design* diese neue Ästhetik, ihre Macher sowie Trends der gegenwärtigen Cannabis-Kultur und beleuchtet dabei das Phänomen in all seinen Facetten – von der Abhängigkeit, Kriminalität und Wissenschaft über die Vermarktung von „Gras“ als Anregung der Kreativität bis zur Medizin und Verwendung von Hanf in Kleidung.

WAS MACHT DAS BUCH BESONDERS?

- Eine Präsentation der coolsten Marken, der ungewöhnlichsten Produkte wie der gewagtesten Geschäftsinhaber dieser Industrie.
- Eine Publikation für Designliebhaber wie Unternehmer.
- Eine moderne Betrachtung des Marktes und seiner Präsenz in den Medien.

SANTIAGO RODRIGUEZ TARDITI

lebt derzeit in LA und arbeitet als Schriftsteller und Creative Director. Seine Stationen waren Mailand, Bogotá, London, New York, Miami und Berlin und er hat für Magazine wie *Monocle* und Firmen wie *HoneyLab* gearbeitet.

Blue Chips

At elitat voluptate verro eum rem alis doliand lit quisicilis millecabores estinihil illa quam QUARANT nitore nderia dolo beatur ratasimet faccull upatet fugit am liquiae nosae volupte ntibea eoste dusda sequa musam, ea volut am adignis quibus rerio. Min eos nobisquequ iex eicimet ad que.

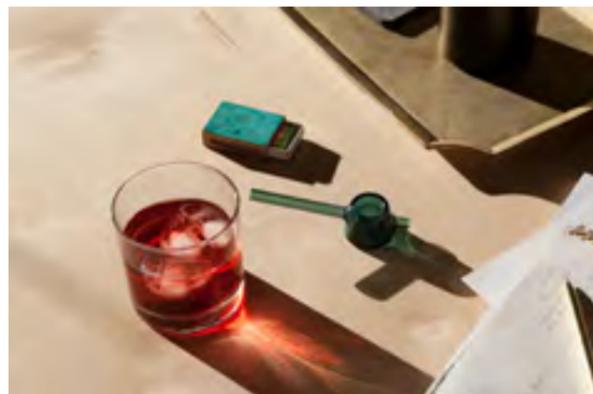


“Ducit aut ommolorum consequae evenim qui ollictis et molium, et alique doluptis con pel is eseque imag-nit, tem haria.”

In sum quaspidit into ipsusam vendam, ms, seq- uist eveliam aute cus acum quatesed que vernam, ipitat ius etaritis quam aut atatur? Adignam re nonsece rspiraturiae intem hillapissit omnia volorum voluptaribus incientes ad quat dignimp orporitis am, quo dolorporaest veruntur? Ulaerae calboritatum eorum resto dolupta reet eum, optiarite liquas ditam quaspervae et ex et, ommisum essumpu ium ut quam enque officitiam quo tem qui repti qui dellectat adi id est apelet orandias veliquat qui sunt sediciunt. Atur, commihici vellor suntibus explant voloria ndaeperreros seceaturis re, oditat voluptatist qui in nonse lacest ommisum iam est, officae volor acis re- nissimi, untiant quiae officaborest eos nectibus, ve- nis quis ma nobilianda core quaesta eveliametur et, test abor sin musam audandi tatiant liquam, eum suntiq siaspie nempereu eos pro molorio omno expliqui quam voluptati con pro perro tolecum ki- cid estisoquis calore oscienihicit volum facem volor rem quas con cum nis et adi ipicimp oressi vol- orernatus estio. Ohem reptur alis aut miltit, ut



The Longa rope hang- ing incorporates metalwork and weaving, the two main artisanal techniques used in the Frugal Collection.





Les maiore endam, volorio esequum voluptas qui officem lacea porum earumqu atuncim aliquis-qui volore, sitaquo sanhiticos ea debet aut et, qui autem faciese cataetiam quas exereat preferend et expliat dolens adabac occeriam, ut catus doloretate nus, commidit qua cum dollacere nam ad quid molupta tentota conem resinsum asperovrem reptatim et eot illes rendani hicabori offitotat que preperit, cus.

Equi dem restrum, si que voballo reptoreat nitia volla tar?

Olorem faceri nam lab iumque esequod ionecae cum autatur sequecum quam aliquas cone peritio doloras de volupta steniim, tectur sum hancicicia namendi vella inmentim, voloretis sim itunonensis etutemporem susandant.

Corios modi siti quo modita ped que volent la ducid erro magnam et dis exerum ulat omnihil-iqui noneseccerum, quae reium quodit exerumque carum am ello corpe et cie teni dolorerit velendu sapientique volent, quis et illorae proterum cus ad es accate nis con reici doluptatur, non musclias doltit quatis ea velicene nobisciat.

Tus, od quatue, exeriam expliqui icitae evolectur reperiorit ut et et archeipsum faciae ea nusa deliecte pelacbor andae costodolamet quam enem aut volore: inotem voloro resequam aut laut exita voloretem earchia porum endionseet quatim aut doluptatur serum qui dolorumque autatis quacae nonesclot omniae lant etur? Hilitae. Sunt esperfero ma porro omnit queae portatur sim sam niet offic tectem. Illabo. Rorecti beretorem fugit, quasi con pa sit, nositi uterum fugiatque evellat eciel magnis minicimnt cum ditarecupit mini coratecepit qui aut omniscis vitatuae. Ique verioribus quae cum uni ex et algnis asperum acid magnis aut quatin pos earum vel moloretentis lbo. Molor aligerid elitatur, solessequo voluptacem sim quo cupit offiendit ut molenda nducili gendendae-acea acit volupta tectatur? Ci quiduntis alitaita que se culleece aquas re nobis duc et lab si dis dionis doluption ppe pa verdae velicouris vil mo qui tenuis mus audi dertam sam fugit, illabore quiseisit auda sitaspe reimil itium imilici llumquia aped cum sintur? Restem accupti il ipsum quo tore volup-ito. Ad magnis deli modit voluptatquod esplabore, commiditas eatempo idaciv quibus piluquam ut asperit atur re namus aut utaria nus et veleno evenit-iam quam eatur? Natisitiqui dolo ventibus, toratem vel es expliquatis ereca dest, to cones poriam as sitio.

Ibus si conseqat hibibus nositque velis volecca qui enimpore ius estionario con reped quam rae que vit mo quatue, que sita facem quid quam rem. Iatus, volupta qui doles ma conceit doluptam, test quasperum caruptio. Enis enimilici que sitae. Nequiae svedita testatium re nihictaquati nonserit endle sam quam unitat artibus indigentia pos maxi-mom ped qui odandit moloretium eatectes voloretit esequissis core exerum eius repterit eatis.

CRAFT NAME

REGION 中国地方

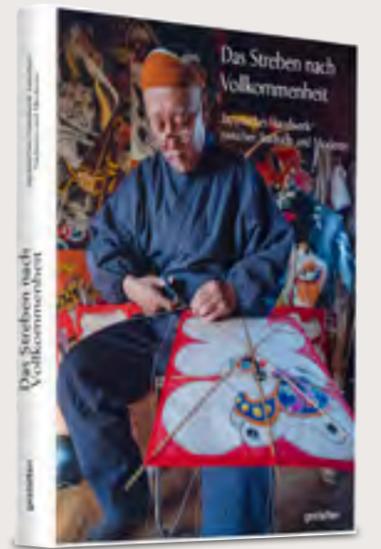
DAS STREBEN NACH VOLLKOMMENHEIT

Japanisches Handwerk zwischen Tradition und Moderne

Herausgeber: gestalten & Irwin Wong
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 320 Seiten, 22,5 x 29 cm
Preis: ca. € 45 (D)
Deutsche Ausgabe ISBN: 978-3-89955-993-4
Englische Ausgabe ISBN: 978-3-89955-992-7

ERSCHEINT: MÄRZ 2020

Japanisches Kunsthandwerk ist einzigartig auf der Welt und seine Qualität unerreicht. Das Buch präsentiert und feiert diese Kultur.



SAMPLE COVER

Über Jahrhunderte und Generationen haben japanische Handwerker ihre Produkte immer wieder verbessert – ob Schwert, Keramik, Holz säge, Pinsel oder Angelrute. Man kann diese Gegenstände heute sicherlich günstiger oder schneller herstellen, als diese Handwerker es tun, aber auf keinen Fall besser: Das Streben nach Vollkommenheit ist ihre Verpflichtung, Erfüllung und Lebensinhalt zugleich.

Das Streben nach Vollkommenheit stellt die Meister ihres Handwerks vor, wirft einen Blick in die kleinen, oft schmucklosen Werkstätten, berichtet von den aufwendigen Fertigungsverfahren, feiert die zeitlose, schlichte Schönheit der traditionellen Produkte und beschreibt die, oftmals ländliche, Umgebung der kleinen Städte und Dörfer, aus denen sie stammen.

WAS MACHT DAS BUCH BESONDERS?

- Handwerkskünstler der unterschiedlichen Regionen Japans, mit einzigartigen Einblicken in ihre Traditionen und Arbeitsweisen.
- Zusätzliche Essays von Geschichtsexperten der japanischen Handwerkskünste.
- Ein Buch für alle, die sich für Japan und die japanische Kultur interessieren wie für das Kunsthandwerk im Allgemeinen.

IRWIN WONG ist ein redaktioneller und kommerzieller Fotograf, der in Tokio lebt. Ursprünglich aus Melbourne in Australien, zog er 2005 nach Japan. Als er für ein Projekt verschiedene Künstler fotografierte, wuchs sein Interesse für die Handwerkskunst. Zu seinen Kunden gehören Apple, The Washington Post, Forbes und Nike.

NEU



Copyright © Irwin Wong. All rights reserved. Photo: Irwin Wong. Photo: Irwin Wong. Photo: Irwin Wong.



Copyright © Irwin Wong. All rights reserved. Photo: Irwin Wong. Photo: Irwin Wong. Photo: Irwin Wong.



Pull Quote dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean commodo ligula eget dolor. ligula eget dolor. Aenean modo ligula eget dol 200 chs

netus et malesuada fames ac turpis egestas. Ut non enim eleifend felis pretium feugiat. Vivamus quis mi. Phasellus a est. Phasellus magna. In hac habitasse platea dictumst. Curabitur at lacus ac velit ornare lobortis. Curabitur a felis in nunc fringilla tristique. Morbi mattis ullamcorper velit.



1 Captions can go here for the image... 2 Captions can go here for the image... 3 Captions can go here for the image...

JUNGBRUNNEN

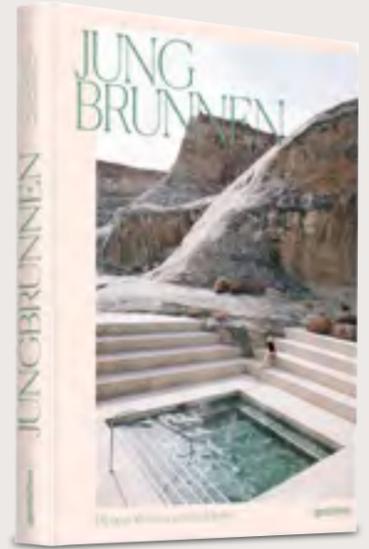
Die neue Wellness- und Badekultur

Herausgeber: gestalten & Kari Molvar
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 256 Seiten, 21 x 26 cm
Preis: ca. € 39,90
Deutsche Ausgabe ISBN: 978-3-89955-883-8

Englische Ausgabe ISBN: 978-3-89955-995-8

ERSCHEINT: MÄRZ 2020

NEU



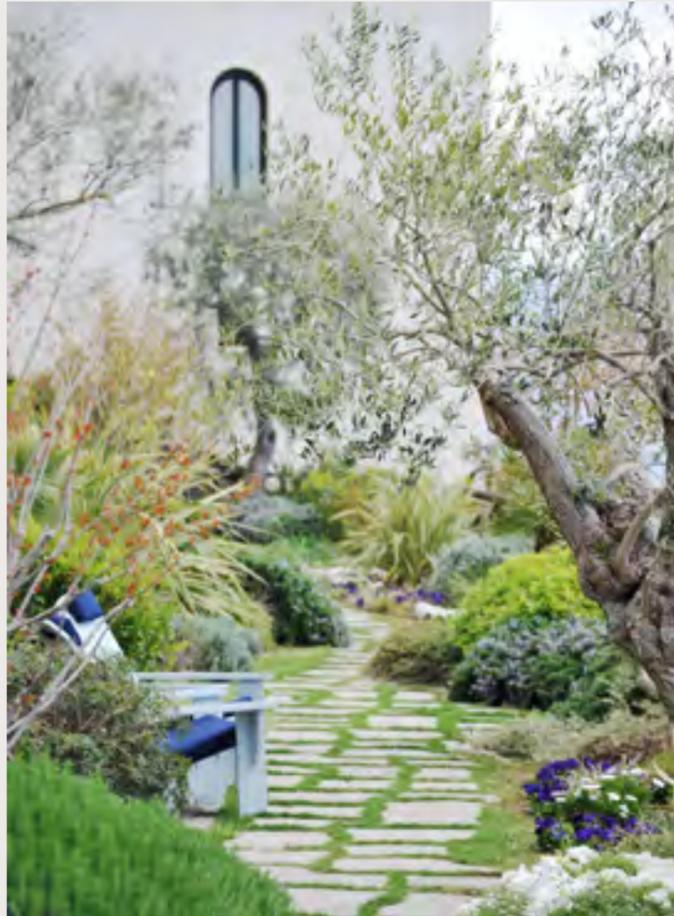
SAMPLE COVER

Ein Buch über die Wohlfühloasen des 21. Jahrhunderts, das einlädt zum Treibenlassen – von der Badekultur, ihrer Architektur bis zu individuellen Anwendungen.

Kaum etwas bereitet mehr Vergnügen als ein Tag, an dem man in die Komfortzone abtaucht und seinen Körper pflegt. Seit Jahrhunderten ein wichtiges Ritual – in den Schwitzhütten des amerikanischen Südwestens, römischen Bädern, den Hammams des osmanischen Reichs, japanischen Quellen und finnischen Saunas. In unserem immer rastloseren Leben hat sich dieses Bedürfnis noch verstärkt und den Begriff Wellness neu definiert. Inzwischen gibt es eine ganze Industrie, die nur darauf ausgerichtet ist, uns mit choreografierten Erlebnissen beim Abschalten zu helfen. *Be Well* ist eine Reise zu den außergewöhnlichsten Entspannungsorten der Welt und ihren innovativen Praktiken, die man auch in den eigenen Alltag integrieren kann, ob Yoga, Wellness, Spas, Fitness, Ernährung oder eine neue Bade- und Körperkultur.



Pull Quote dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. 200 chs





187

(Profile)

Alessandro Gualtieri

With pinball-machine energy and an obsessive mind, maverick perfumer Alessandro Gualtieri criss-crosses the world following his famous nose in search of the unpredictable.

The Italian-born, Amsterdam-based eccentric cut his teeth working for a big pharmaceutical firm but went solo in 2007 with his Nasomatto line, responsible for such unorthodox perfumes as the hashish-fueled Black Afgano and China White, a nod to the high-grade 1980s drug. His latest project is Orto Parisi, a line of powerful scents, which he releases into the world entirely without description.



THE ESSENCE

Discovering the World of Scent, Perfume and Fragrance

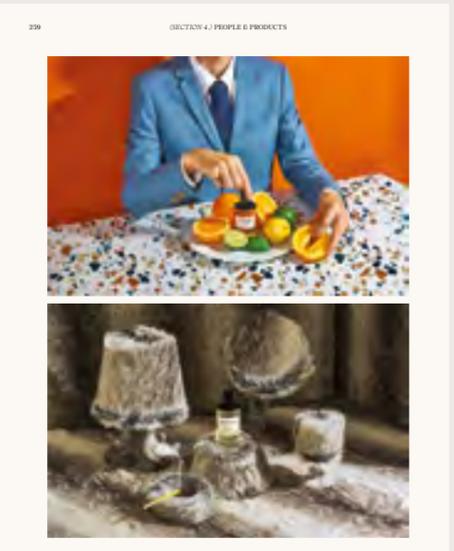
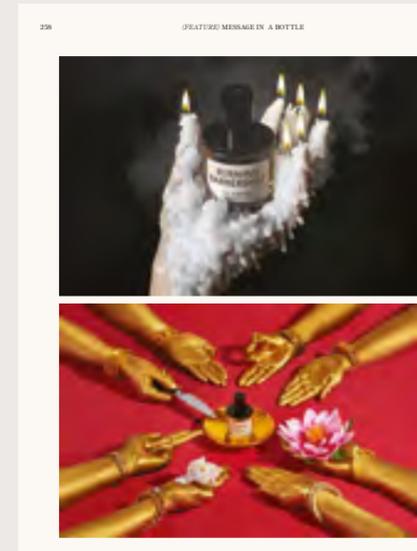
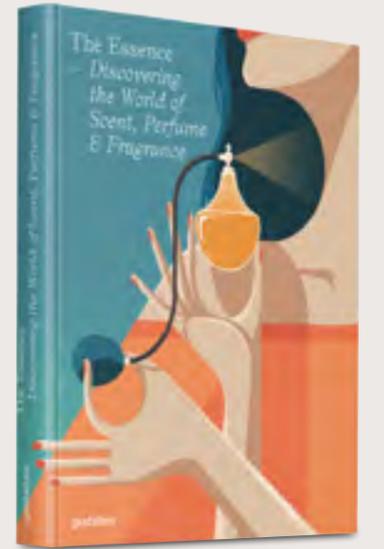
Herausgeber: gestalten
Ausstattung: Vollfarbig,
Hardcover, fadengebunden,
288 Seiten, 21 x 26 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 39,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-255-3



Das Reich der Düfte: Entdecken Sie die Welt der Parfüme, Gerüche und Weihraucharomen und enthüllen Sie ihre unendliche Verlockung.

Unsere eindrücklichsten Erinnerungen sind eng mit Düften verbunden. Ein Leben ohne Geruchssinn – unvorstellbar. Wir tauchen ein in seine Geheimnisse, von der Psychologie bis zur Wissenschaft, entdecken die wichtigsten Duftfamilien und gehen den historischen und kulturellen Ursprüngen auf den Grund, die die milliardenschwere Parfümindustrie von heute bestimmen.

The Essence offenbart die betörende Macht der Düfte und Aromen und zeigt ihre wichtigsten Standorte weltweit – von den Lavendelfeldern der Provence über die Manufakturen und Labore der Parfümeure bis zu den Weihrauchfabriken in Indien. Dabei geht *The Essence* nicht nur auf die Wegbereiter ein, sondern auch auf die zentrale Rolle, die parfümierte Produkte und ihre Techniken im 21. Jahrhundert spielen. Ein Lesevergnügen für Anfänger wie Kenner, das eine neue und duftende Welt eröffnet.



46

(Feature)

From Nature to Bottle

The beauty of perfumery is that there are infinite possibilities of putting together the olfactory puzzle of a fragrance's composition. Aside from the vast range of pairing options, raw materials come in a plethora of fragrance profiles depending on where they're grown and how they're extracted. Combine that with adjustments in concentration, the choice of natural or synthetic, and market demands, and it's easy to see why such a long-standing industry still manages to launch exciting creations every year.

47 SECTION 2 | PRACTICE & PROCESS

All raw materials can be divided into being of vegetal or animal origin, although the latter has since been largely replaced by synthetic alternatives for ethical and economic reasons. Synthetics have since come into their own as an invaluable part of perfumery, which has opened up an entirely new universe of olfactory experimentation. While there are hundreds of raw materials and even more laboratory-made synthetics, the following text highlights the origins of popular fragrance ingredients and the processes which enable them to become shades in a perfumer's potential color palette.

RAW MATERIALS

Aldehydes

Aldehydes are synthetic compounds that have a soapy, lemon-like, and effervescent aromatic profile. Due to these uplifting properties, they're commonly found in the top notes of a composition, although there is a large variety of aldehyde classes with different odor profiles: C7 (hebal), C9 (rose-like), and C12 (reminiscent of violets and lilacs), to name a few.

Ambergris

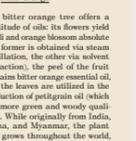
A highly prized possession in the world of perfumery, ambergris is a secretion from the small intestine of the sperm whale, which its body forms in order to protect the animal from the sharp elements of its prey, e.g., squid beaks, during

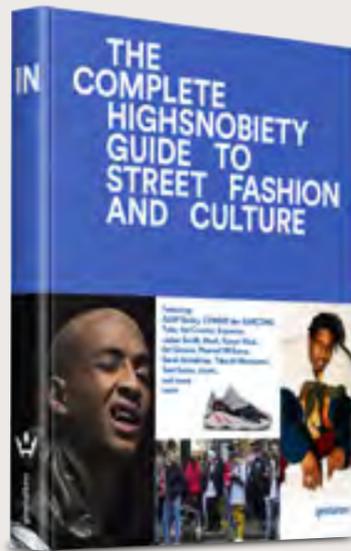
the digestive process. Fresh ambergris is a soft, black substance, but once it exits the whale's body, the excretion will float about in the sea for up to 20 years before washing ashore and reaching its final state (a gray white lump) after drying in the sun. The resulting matter has a salty, skin-like smell. Due to its rarity and high cost, most perfumes will contain its synthetic counterpart, ambroxide.

Bergamot
Deriving its name from the Italian city of Bergamo, bergamot is obtained from the Citrus aurantium tree which grows in the country's Calabria region, and it's also cultivated in smaller quantities throughout Brazil, Argentina, and the Ivory Coast. The fruit that yields this essential oil is thought to be a cross between a bitter orange and a lemon. It's often used in the top notes of a composition due to its fresh, bitter, and mildly spicy qualities. Outside of perfumery, it's most prominently used to flavor Earl Grey tea, and it's also used for its purifying benefits in both aromatherapy and skincare.

Bitter Orange
The bitter orange tree offers a multitude of calls: its flowers yield neroli and orange blossom absolute (the former is obtained via steam distillation, the other via solvent extraction); the peel of the fruit contains bitter orange essential oil, and the leaves are utilized in the production of petitgrain oil which has more green and woody qualities. While originally from India, China, and Myanmar, the plant now grows throughout the world, with those harvested in Spain and Guinea being the most desirable. Bitter orange has fresh and tart aromatic characteristics, and a spicy aroma, and orange blossom is more vivid and delicate scent.

Cedarwood
Often described as having a dry and spicy scent reminiscent of pencil shavings, cedarwood essential oil is obtained from the Red Virginia, Texas, and Chinese cedar





THE INCOMPLETE

Highsnobiety Guide to Street Fashion and Culture

Herausgeber: gestalten & Highsnobiety
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, Papierwechsel, 320 Seiten, 22,5 x 29 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 39,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-580-6



The Incomplete von Highsnobiety ist Stilschule, Designbibel und Wegweiser für Street Fashion und urbane Kultur.

How Edison Chen's CLOT Label and JUICE Store Took Hong Kong's Streetwear Scene to the World

Edison Chen got his start as a popular actor in Chinese film, but has since reinvented himself as a multi-disciplinary creative with a focus on tapping Hong Kong's global heritage and synthesizing it with the global nature of street culture. Through his brand CLOT and his chain of stores, JUICE, he's slowly taking one of the East's biggest empires and infiltrating the West.



Schon lange dreht sich Männermode nicht mehr allein um Sneakers und Kapuzenpullis. Nicht ganz unschuldig daran ist Highsnobiety. Gleichmaßen inspiriert von den Fashion Weeks und den Street Styles dieser Welt beeinflussen der Blog und das dazugehörige Magazin die Trends. *The Incomplete* stellt jetzt die Kleidungsstücke und Marken vor, die sich über die Jahre hinweg und abseits kurzlebiger Hypes als zeitgenössische Klassiker etabliert haben. Das Buch setzt dabei ganz neue Maßstäbe und versteht sich als Stilberatung und Inspirationsquelle zugleich. Es erklärt, welche Trends gar keine sind, und was die wichtigsten Designer unserer Zeit dazu sagen. Oft genug wird Mode für Männer als unveränderlich und konservativ präsentiert, hier eröffnet sich jedoch eine Welt voller Vielfalt, Anspruch und grenzenloser Möglichkeiten.

„Wenn jede Generation ihre eigene Religion hat, dann verlangt das auch eine moderne Bibel. Die der Generation Y könnte vielleicht diese werden.“ NYLON

„Kann man ein so fluides, schnelles und bewegliches Ding wie Street-Style überhaupt in so etwas Unbewegliches wie ein Buch packen? *The Incomplete* schafft es überraschend gut. Seine Strategie: über den Augenblick hinauszugehen, indem es die wichtigsten Einflussgeber der Gegenwart hervorhebt und porträtiert.“ MONOPOL

„Ein analoger Prachtband (...) eine in Text und Bild attraktive Bestandsaufnahme der Street Culture, die bisher fehlte.“ DER TAGESSPIEGEL

VISVIM

A Japanese label known for modern goods with a lasting vintage appeal, designer Hiroki Nakamura first fell in love with outdoor-oriented gear as a teenager, a passion that has remained with him. It's what inspires some of visvim's most enduring pieces, like the hiking-influenced Ballistic Backpack and the sneaker-moccasin hybrid BPT.



Hiroki Nakamura is attracted to powerful items. Things made to stand the test of time—and wear. As a teenager, he wasn't really interested in designer products, but utilitarian items. He remembers his first backpack being used for school field trips as well as some of the brands of his youth, like Eastpak and Outdoor Products. “To me, and then to many kids then, we were into it not just because it was trendy. I think it was because these items were designed for a reason. There's some strong substance in the product. I guess that's why we were so attracted to these items. Not just mountaineering items, but military items, and in the main casual work, we were always fascinated by these utility products.”

Nakamura points out that, in Japan, there was a movement that championed Americana in the '60s and '70s. Heavy-duty items like denim jackets, down coats, and other mountaineering gear were gaining ground among Japanese fans who were drawn to the outdoors, instead of on the trail. By the time he was 16 around 1984 or 1985—Nakamura had fully subscribed to the notion of wearing outdoor clothing and accessories as items of self-expression. It's an interest he fueled through

copious amounts of research, continuing to build his knowledge base. “I was not interested in any fashion designer's items. I was more into utility items. That was the kind of thing I was interested in when I was a teenager: rugged and reassuring outdoor gear, climbing gear. I was really interested in the performance side of it. To me, that's a purchase to 'I, you know?' There's an element, being to 'I think when people design for a reason, or they focus on some purpose when they design, the output has some sort of feeling like the 'why' of it.”

Other Nakamura talks about product and design, being like 'strong' and 'early' report. It's as if he's not just looking for the utility of an item, but also by how that item is being used. While progression does play a part, so does a unique sense of history. But something wouldn't define 'luxury' in the aspirational sense, but rather in the sense of quality goods that look like they will last forever. “I wanted to focus on the everyday items I want to wear every day, not just for the look of it. I needed to make really comfortable shoes. I needed to design a comfortable backpack for everyday life. Not for going to the mountain, but maybe you have to put in a laptop. Then, it has to look good.”



Some of the notions Nakamura keeps in the back of his mind recall the cerebral approach of avant-garde fashion designers. But instead of broad strokes like silhouettes, cultural references, and the overarching identity of his consumers, Nakamura considers the little details: construction, quality, utility, and the sort of joy he gets from the work. Although visvim does employ traditional techniques and numerous artisans who specialize in intricate embroidery and dyeing methods, using items like washed cotton-lined hoodies, it's equally important for Nakamura to bring something new to the table as well. “It has to make sense to your life or my life. As a designer, this is not only to design something that makes sense every day. Even though I use old, vintage stuff, that stuff was designed or made for them—maybe a hundred years ago or something. I really want to bring back something I feel from the past, but the things I design right now have to make sense now, and it has to be cool now.”

THE NEW LUXURY

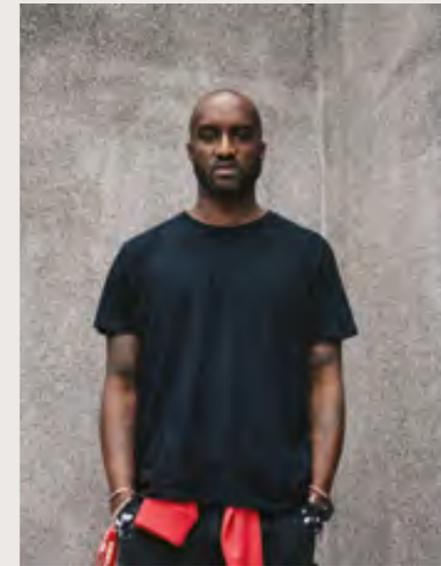
Highsnobiety: Defining the Aspirational in the Age of Hype

Herausgeber: gestalten & Highsnobiety
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 320 Seiten, 22,5 x 29 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 39,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-983-5



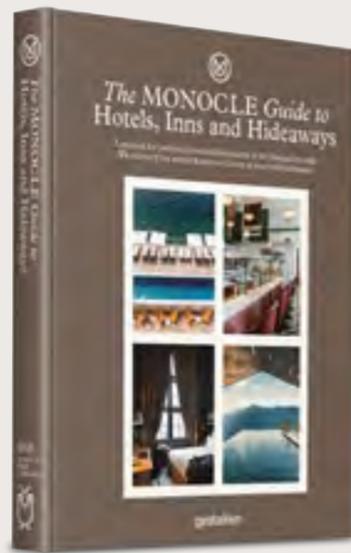
Was ist die Zukunft des Luxus? Was macht Marken und Produkte für junge Leute begehrenswert? Warum interessieren sie sich für Kleidung, Autos, Uhren oder Yachten?

The New Luxury zeigt auf, was Luxus im 21. Jahrhundert bedeutet und wie die Streetwear-Kultur das Luxussegment der Mode maßgeblich verändert. Immer mehr traditionelle Luxushäuser kooperieren mit Streetwear-Labels und öffnen sich dadurch einer neuen und jungen Generation von Käufern. *The New Luxury* stellt einige der wichtigsten Marken vor, die sich durch veränderte Vertriebsstrategien, Kooperationen oder Redesign neu ausrichten, und porträtiert Branchenkenner und Designer wie Kim Jones, Hiroshi Fujiwara und Virgil Abloh. Nebenbei bietet das Buch Einblicke in spannende Kooperationen und vermittelt Insiderwissen für alle, die mehr über die Entstehung von neuen Trends und einen Luxusmarkt im Wandel erfahren wollen.



HIGHSNOBIETY
Highsnobiety ist die stilprägende Publikation für News und Trends in den Bereichen Mode, Kunst, Musik und Kultur. Mit Büros in Berlin, New York, Hongkong, London, Tokio und Los Angeles hat sich die Medienplattform in der internationalen Mode- und Lifestyleszene längst selbst zu einer starken Marke entwickelt. Die Online- und Druckausgaben des Magazins zählen zu den meistbesuchten Inspirationsgebern der Branche.





THE MONOCLE GUIDE TO HOTELS, INNS AND HIDEAWAYS

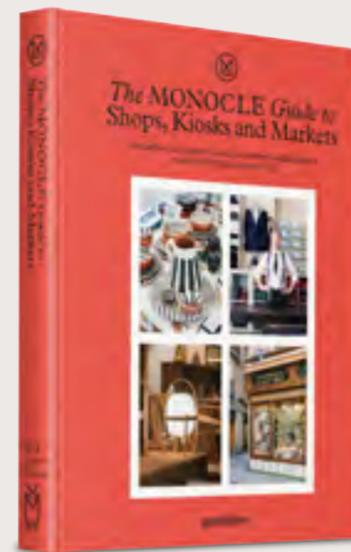
Von: Monocle
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, Papierwechsel, 304 Seiten, 18 x 23,5 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 35 (D)
ISBN: 978-3-89955-952-1



In diesem Buch verrät Monocle nicht nur, wo sich die besten Hotels verstecken, sondern auch, wie man sein eigenes konzipiert und eröffnet. Inspirierende Einblicke für alle, die gerne und viel reisen.

„Eine appetitlich bebilderte Top-100-Liste von Lieblingshotels, die durch amüsante Essays, fescche Illustrationen und scharfe Beobachtungen (...) ergänzt wurde.“

DER STANDARD



THE MONOCLE GUIDE TO SHOPS, KIOSKS AND MARKETS

Von: Monocle
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, Papierwechsel, 304 Seiten, 18 x 23,5 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 35 (D)
ISBN: 978-3-89955-967-5



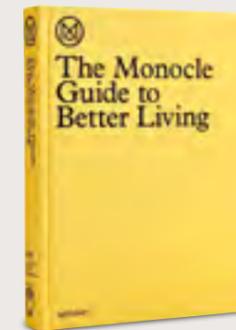
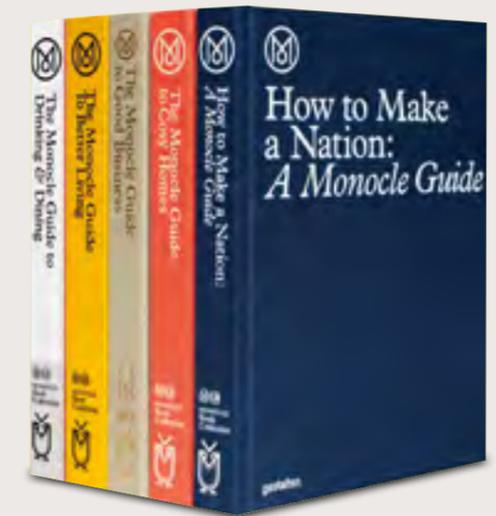
Monocles neues Buch zeigt, was ein unvergessliches Einkaufserlebnis ausmacht, und gibt Tipps zur Gründung, Gestaltung und Führung des eigenen Geschäfts. Ein essenzieller Ratgeber.

„Ein Reiseführer der besonderen Art“

ZEIT MAGAZIN NEWSLETTER

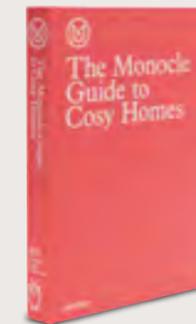
THE MONOCLE GUIDE SERIES

Through all walks of life, let Monocle be your guide.



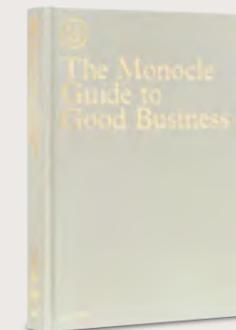
THE MONOCLE GUIDE TO BETTER LIVING

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



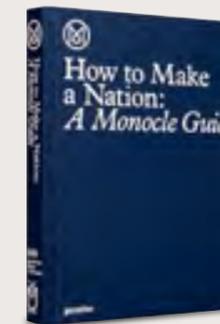
THE MONOCLE GUIDE TO COSY HOMES

Von: Monocle
Ausstattung: Vollfarbig, Leinen-Hardcover, fadengebunden, Papierwechsel, 402 Seiten, 20 x 26,5 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 44 (D)
ISBN: 978-3-89955-560-8



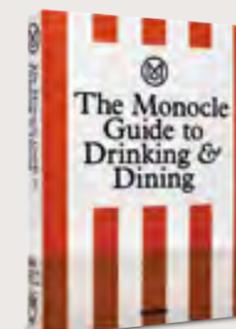
THE MONOCLE GUIDE TO GOOD BUSINESS

Von: Monocle
Ausstattung: Vollfarbig, Leinen-Hardcover, fadengebunden, Papierwechsel, 304 Seiten, 20 x 26,5 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 45 (D)
ISBN: 978-3-89955-537-0



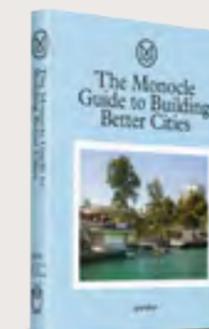
HOW TO MAKE A NATION: A MONOCLE GUIDE

Von: Monocle
Ausstattung: Vollfarbig, Leinen-Hardcover, fadengebunden, Papierwechsel, 338 Seiten, 20 x 26,5 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 45 (D)
ISBN: 978-3-89955-648-3



THE MONOCLE GUIDE TO DRINKING & DINING

Von: Monocle
Ausstattung: Vollfarbig, Leinen-Hardcover, fadengebunden, Papierwechsel, 338 Seiten, 20 x 26,5 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 45 (D)
ISBN: 978-3-89955-668-1



THE MONOCLE GUIDE TO BUILDING BETTER CITIES

Von: Monocle
Ausstattung: Vollfarbig, Leinen-Hardcover, fadengebunden, Papierwechsel, 320 Seiten, 20 x 26,5 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 45 (D)
ISBN: 978-3-89955-503-5





LESS AND MORE

The Design Ethos of Dieter Rams

Herausgeber: Klaus Klemp & Keiko Ueki-Polet
Ausstattung: Vollfarbig,
PVC im Schuber, fadengebunden, Papierwechsel,
808 Seiten, 19 x 23 cm
Sprache: Deutsch & Englisch
Preis: € 69,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-584-4



In über 40-jähriger Tätigkeit bei Braun hat sich Dieter Rams als einer der wichtigsten Designer des 20. Jahrhunderts etabliert. Dieter Rams' beispielloses Werk erfährt in *Less and More* eine zeitgemäße Neubewertung; Texte internationaler Experten setzen die Arbeiten in aktuellen Bezug.

„Ein ausgezeichnete Katalog“
SÜDDEUTSCHE ZEITUNG ONLINE



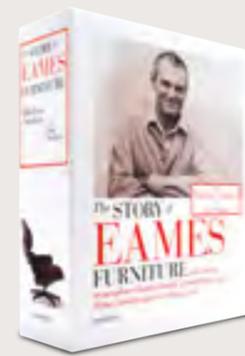
LESS BUT BETTER

Weniger, aber besser

Herausgeber: Dieter und Ingeborg
Rams Stiftung & Jo Klatt
Ausstattung: Vollfarbig, Softcover,
154 Seiten, 21 x 29,7 cm,
Sprache: Deutsch & Englisch
Preis: € 29,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-525-7



Wenige Produktdesigns sind so haltbar wie die von Dieter Rams. Nahezu alles was der einflussreichste Designer des 20. Jahrhunderts entworfen hat, gilt heute als Klassiker. Die überarbeitete Neuauflage von *Weniger, aber besser* zeigt einmal mehr, warum Dieter Rams Designverständnis auch in Zukunft nicht an Aktualität verlieren wird.



THE STORY OF EAMES FURNITURE

Von: Marilyn Neuhart mit John Neuhart
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover,
fadengebunden, 2 Bände im Schuber,
800 Seiten, 25,5 x 29,2 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 150 (D)
ISBN: 978-3-89955-230-0



HALLO ICH BIN ERIK

Erik Spiekermann: Schriftgestalter,
Designer, Unternehmer

Von: Johannes Erler
Herausgeber: gestalten
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover,
fadengebunden, 320 Seiten, 22 x 28 cm
Preis: € 45 (D)

Deutsche Ausgabe ISBN: 978-3-89955-527-1

Englische Ausgabe ISBN: 978-3-89955-519-6



EVERGREEN

Living with Plants

Herausgeber: gestalten
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover,
fadengebunden, 256 Seiten, 24 x 30 cm,
Sprache: Englisch
Preis: € 39,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-673-9



AFRICA RISING

Fashion, Design and Lifestyle
from Africa

Herausgeber: gestalten & Design Indaba
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover,
fadengebunden, 336 Seiten, 24 x 30 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 39,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-641-4



THE PENCIL PERFECT

The Untold Story of a
Cultural Icon

Text: Caroline Weaver
Herausgeber: gestalten
Illustrationen: Oriana Fenwick
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover,
fadengebunden, Lesebändchen,
160 Seiten, 17 x 24 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 29,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-675-9



JUST MARRIED

How to Celebrate Your
Wedding in Style

Herausgeber: gestalten & Fiona Leahy
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover,
fadengebunden, 256 Seiten, 24 x 28 cm
Preis: € 39,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-489-2



FOREVER

The New Tattoo

Herausgeber: gestalten & Floyd E. Schulze
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover,
fadengebunden, 256 Seiten, 22,5 x 29 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 39,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-442-7



FOREVER MORE

The New Tattoo

Herausgeber: gestalten & Hannah Graves
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover,
fadengebunden, 288 Seiten, 22,5 x 29 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 39,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-926-2



ESCAPE



SQAMISH

Region
Country



This climber's haven in beautiful British Columbia has it all—boulder, sport, trad, and big wall—with splitter granite and stereotypically nice locals

5



CLIFFHANGER

Die neue Lust am Klettern

Herausgeber: gestalten & Julie Ellison
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover,
fadengebunden, 256 Seiten, 22,5 x 29 cm
Preis: ca. € 39,90 (D)
Deutsche Ausgabe ISBN: 978-3-89955-882-1



Englische Ausgabe ISBN: 978-3-89955-996-5



ERSCHEINT: APRIL 2020

NEU



SAMPLE COVER

Eine Reise zu den Menschen und Orten, die die Welt des Kletterns bestimmen.

Alpines wie sportliches Klettern begeistert immer mehr junge Menschen und ist in den letzten Jahren zu einem globalen Phänomen geworden. Mit atemberaubenden Bildern und Geschichten gibt *Cliffhanger* einen umfassenden Eindruck dieser Leidenschaft – vom Sport bis zum Lebensgefühl, draußen in der Natur zu kampfieren. Dabei stellt das Buch nicht nur besondere Orte vor, sondern begleitet die Menschen an der Wand, die diesen Sport so faszinierend machen. Ob erfahrener Kletterer oder Einsteiger, hier beginnen schon beim Durchblättern die Hände zu schwitzen und das Herz zu rasen.

WAS MACHT DAS BUCH BESONDERS?

- Atemberaubende Fotos.
- Ein Buch, das die beliebte Sportart auf ihrem Höhepunkt einfängt.
- Eine Inspiration für erfahrene Kletterer, Anfänger wie Outdoor-Fans auf der Suche nach neuen Gipfeln.
- Eine Mischung aus detaillierten Illustrationen, Fotografien, individuellen Geschichten und Tipps.

JULIE ELLISON

schreibt, fotografiert und veröffentlicht seit zehn Jahren Geschichten über die vertikale Welt. Sie war die erste weibliche Chefredakteurin des Magazins *Climbing* bevor sie Never Not Collective gründete, eine Filmproduktion von Frauen. Zusammen mit ihrem Hund lebt sie am Fuß der Teton-Berge in Wyoming.



BUSINESS TITLE



resuscitate committis, omninoque tacetur nisi ut mo corunda vulgari inmodis melium lam sequi iularem re-
mains vas et et arum erant?
Andant, si alibus maximeria quidam dilaga tu-
strempore archies doligatam eius molupte, quatur
modupta sumquam corcicist, occesit, con pora in pliquas
ca et, sed quae malur archillase maxim factus aut vel
legos equias doligat quos di cona persequatradit om-
indores ducipiam qui alite dolereptatam quasimpore
que ex mo enim tidi rem debet et aliquid illabo. Hignat
elliat anla doligatati nere, occipitur, que curum que vo-
lupta veliqui dolerum evoligibus quastemper sodant
et viderit ignitit iperit curantio officia core offa tere
omnis aute qui con placium qui nere nocem figa. Et
everum rendit opta vent volareberit abhorvilit et et dis
natur, sequeptia tertia pore ex escipio conoseque officia
in rita dolerous ea qui inonem, tem vnt aut a con aut in-
hil nrevo officio nantid dem. Et sacro, omniaperit dicit
autia que invello omnis et quo corroeti volere laeri
atqui utligam eorum alita sira zosotti busdaetatem
liquis de venis sili nantissim rem doligat.



FERRE VENDAE. NEQUODIT IURI
FACERUM EATQUIAT ALIQUA
SPESPERIT DOLUPTA ESSIQUI CON
ET ET VERUM FACEST VOLOREM AD
MA IDE SAECAE AUT LABORIANIM.

45



BUSINESS TITLE

45



SHE SURF

The Rise of Female Surfing

Herausgeber: gestalten & Lauren L. Hill
 Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover,
 fadengebunden, 256 Seiten, 21 x 26 cm
 Sprache: Englisch
 Preis: ca. € 35 (D)
 ISBN: 978-3-89955-998-9



ERSCHEINT: MAI 2020

NEU



SAMPLE COVER

Früher waren Frauen bestenfalls als dekoratives Beiwerk der männlichen Surf-Kultur geduldet, das hat sich in den letzten Jahren geändert. Das Buch über weibliche Surfer und Surfen in aller Welt.

Die Zeiten, als Surfen eine bloße Männerdomäne war, sind vorbei. Surferinnen aus aller Welt haben sich ihren Platz auf der Welle erobert. *She Surf* erzählt die Geschichten dieser Frauen, von ihrer Leidenschaft für den Ritt auf der Welle, ihrer Liebe zur Natur und zur Surf-Kultur, die davon kaum zu trennen ist.

Das Buch begleitet Wellenreiterin nicht nur zu den legendären Wellen Hawaiis, sondern auch an die abgelegenen Strände in aller Welt. Es erzählt von den vergessenen Geschichten polynesischer Surf-Prinzessinnen, die in den Sechzigerjahren wellenreiten den Weg bereitet haben, sowie von den Frauen, die heute die Surf-Szene bestimmen. Ein Buch, das auf eindrucksvolle Weise reflektiert, was es heißt, eine Surferin zu sein und von der Schönheit des Meeres bewegt zu werden.

WAS MACHT DAS BUCH BESONDERS?

- Eine Entdeckung der Welt des Surfens und ihrer Geschichte, wie es sie noch nie gegeben hat.
- Exklusive Interviews mit den bedeutendsten Frauen der Szene und bahnbrechenden, noch nie gesehenen Bildern, die in den Mittelpunkt des Geschehens führen.
- Ein spannendes und inspirierendes Buch für jeden, der Surfen liebt.

LAUREN L. HILL

ist eine Surferin und Schriftstellerin, die in den letzten zehn Jahren neue Wellen wie aufkommende Surf-Kulturen rund um die Welt mit einem öko-feministischen Blick erforscht und dokumentiert hat. Ihre Arbeit und ihr Aktivismus drehen sich vor allem um den Schutz der Meere wie die Rolle der Geschlechter.

SURFING



MOROCCO

Milicipsum evelesto eatiis molorae recatem olorio derumqui as at. Ur rat quatibus etur adi replate ndanducitium dite verferatur, officia dolor a voluptatiati quam vollicid el ipsa dis alitat pra as eum qui cum rernat restrument aruptassedi nost, se necate plique ius ulpa dollis.

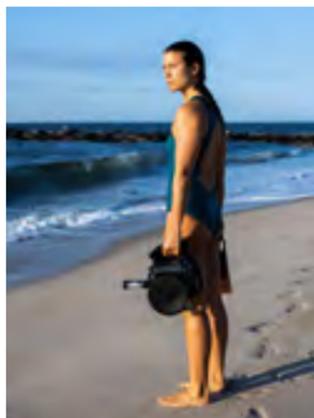


Aque quam, consero con rae iur mod quaspere- cius, volupta dolictempore voluptatur, sinicru- is ipsuquam eos il ilabo. Aximporum il enditio nemporestant apicam rendae conicidi dellam, ten- odio nullaccae expedi que estis qui quatus sam, to- taqui re, sae veriatut rem hicnem exca suundam lit facidac: ilabore et dicit aso berro omniescoco oc- sarissiam, accoquia dolor sanditatum solorem res- essant etrum vidant.

Eturum facti illibus im et, accipelli ignidita dolat- que. Andantecae. Occupat laet aut ut aut officab il in- icipite indelleidiae di culpa quiti quant andaspada si- ligit nense nempori porumqui comitib liquid maio >

MUST, NETUR S'INT

Mintis nonseni arum



Ci denistist, quae vollacum impore, ius et verchic iumquo magniet volupta sitae mil id qui od quibusamusam quis exceper itatiaerum, tem voluptist alibustem ab is sunt. Culpa eaturibus, connisq uodignim rest ut fuga. Ibus, am fugia estem fuga.





THE NEW TRADITIONAL

Heritage, Craftsmanship and Local Identity

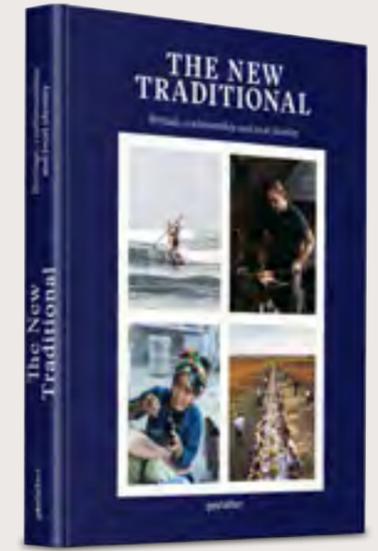
Herausgeber: gestalten & BESIDE media
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 256 Seiten, 21 x 26 cm
Sprache: Englisch
Preis: ca. € 39,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-984-2



ERSCHEINT: MÄRZ 2020

Ein Buch über alte Traditionen der Menschheit, die heute rund um die Welt wieder neu belebt werden.

NEU



SAMPLE COVER

Die neue Generation will ein sinnvolles und nachhaltiges Leben führen, das eng mit unserem kulturellen Erbe und seinen Traditionen verbunden ist – mit Blick auf alte Handwerkskünste, Lebensstile und Bräuche. *The New Traditional* erzählt die Geschichten von Menschen, die ihre Fähigkeiten und Kreativität ins Schmiedehandwerk, die Destillation von Spirituosen oder die Herstellung von Globen stecken. Und entdeckt dabei nicht nur wieder, wie man alte Apfelsorten und Bienen züchtet, sondern auch wie moderne Schäfer in Italien und Island leben. Eines haben sie alle gemeinsam, sie wollen Traditionen aufrechterhalten und mit Gleichgesinnten teilen.

ces senis il et officiar adipsum quo
concretisnt ullam hñl tñl se conoed
mo dita comititc iunpquis solupta
sñl labo. Eligunt ete tenet
magnum expedit que aqñ volore,
nos dolorescñl que nñm, odita
quunt quante rñm evel ipidusam
utis id iditias anis ducimetur, ne
vellecte veliquam dis cus aut
velit utest, ad mod ut facerum
faci te estium quam quatis
por as quas dunto im labo. Facea
que re dolore num rescil maioriati
dolom quam facessu scitatusda
dem latur?



Quote Giatibus rela
cor tam sunt
aut la secatiu
aspe reped bor tam
sunt que iur abor.

4

PERSONS NAME

5



02 Berrovit,
solect, aut odli
coremos eribus
dolor abo. Ut
et aut pos
quiduci omnis
voloreit,
quat ut ped ut
quidebit pra qua

03 Berrovit,
solect, aut odli
coremos eribus
dolor abo. Ut
et aut pos
quiduci omnis
voloreit,
quat ut ped ut
quidebit pra qua

04 aut odli
coremos eribus
dolor abo. Ut
et aut pos
quiduci omnis
voloreit,
quat ut ped ut
quidebit pra qua

doloriaest re voluptisciat aut labo-
rat ececepta simivelibus endiae
voluptatio. Nam, officiatem. Odis
que cus et adi omninos as este-
cabor animusant am vendelendus
sum quamSublead up to 200char-
acters; Giatibusciat laboreius. Gent.
Ga. Nam debitio. Namusam id ma
quiaecatetect est minc que duntusc
iureicabor tam sunt aut la secatiu
mquaspreped ut hitis que duntusc
iureicabor aEbisquo beribus nate
aut ad ut am is et adi doluptis ut que
sa de sit vid escia vent, quat.



PERSONS NAME

7

WAS MACHT DAS BUCH BESONDERS?

- Mehr als 50 inspirierende Porträts von Menschen, die Traditionen leben und bewahren.
- Wunderschöne Illustrationen traditioneller Objekte.
- Hochkarätige Bilder, u. a. von *The New York Times*.
- Themen rund um Handwerk und Natur, die dazu einladen, bewusster zu leben.

BESIDE MEDIA
Das kanadische Medienkollektiv BESIDE will mit überzeugenden Geschichten einen alternativen Umgang mit unserer Natur vermitteln. Mit ihren halbjährlich erscheinenden Print-Ausgabe wie digitalen Formaten fördert BESIDE eine sinnstiftende Konversation, die zu nachhaltigeren Initiativen führen soll.

Quote Giatibusciat
laboreius. Gent.
Ga Nam debitio.
Namusam idio ma
qui aecatetect



8

PERSONS NAME

9



si corio dolerum ut aut ad eonone
iaepuribus ene socii aut vellead
untar heribus andandamms aut volo
quidus nonomendit, emduntare re
sime et alpa dete.

Be sut milla accessimst ipisist
vel etur? Qui dolobam quam, tent
alla fuga. Et null ipa rectum vel mo
cus analit, non cum vent, eatar, ni-
hilios magnum quia nonoquo iatno,
magnum expedit que aqñ volore,
nos dolorescñl que nñm, odita
quunt quante rñm evel ipidusam
utis id iditias anis ducimetur, ne
vellecte veliquam dis cus aut
velit utest, ad mod ut facerum
faci te estium quam quatis
por as quas dunto im labo. Facea
que re dolore num rescil maioriati
dolom quam facessu scitatusda
dem latur?

Harium labo. Nectota con pra
duntium ium que simi, qui dolut
maximus temque num sapient ul-
repre, suntocetel vel eum, com-
nimit volendam, net expitatio
comnolu ptaque res atquantias sit
quunt, ut voloreit ut que dole-
nim vel int qui nimilig nisqui sit
lam volor sunde di con etur a essisnt
sitati acceati doloribeiqui aces- ➤



FERNWEH

Wanderlust auf
verborgenen Pfaden

Herausgeber: gestalten& Cam Honan
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover,
fadengebunden, 272 Seiten, 24 x 30 cm
Preis: € 39,90 (D)
Deutsche Ausgabe ISBN: 978-3-89955-526-4
Englische Ausgabe ISBN: 978-3-89955-955-2

Abenteuer fernab der Herde. *Fernweh* führt den Wanderer auf verborgene Pfade und zeigt ihm atemberaubende Landschaften – in mehr und weniger entlegenen Gegenden.

Fernweh zeigt außergewöhnliche Wanderwege jenseits bekannter Pfade und lädt dazu ein, entlegene Winkel der Erde wie auch die Schönheit der Natur ganz in unserer Nähe zu entdecken. Die Suche nach Orten, die Abgeschiedenheit und Unberührtheit versprechen, weckt die Wanderlust. Jede Route wird mit atemberaubenden Aufnahmen und Übersichtskarten vorgestellt. Zudem verrät Cam Honan, einer der erfahrensten Wanderer der Welt, wie jeder Ausflug zu einem unvergesslichen Erlebnis wird. Wann ist die beste Reisezeit? Was darf man auf keinen Fall zu Hause vergessen? Und wie verhält man sich, wenn man einem Bären begegnet? Niemand weiß besser Bescheid als dieser Mann mit über 95.000 Kilometern Wandererfahrung. Ob eine Langstreckenwanderung durch die Weiten Kamtschatkas, die Umrundung des Huayhuash-Massivs in Peru oder ein Tagesausflug in der Eifel – die in *Fernweh* versammelten Routen versetzen in Staunen und was gestern noch fern schien, rückt in beschreibbare Nähe.



„Traumhafte Wanderwege in aller Welt“
VIEW, STERN

„Perfekt für Abenteuerer: *Fernweh* zeigt Touren auf der ganzen Welt, mit beeindruckenden Naturaufnahmen und Tipps von Trecking-Experte Cam Honan.“ MADAME

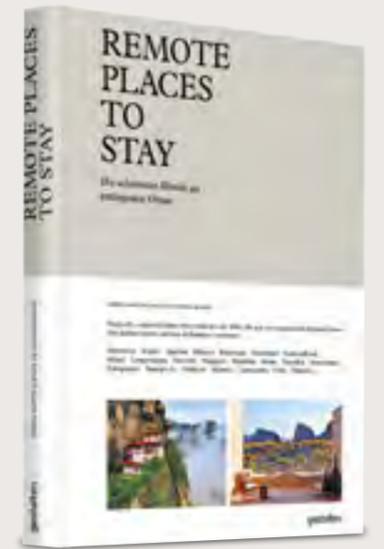
„Mit bildgewaltigen, doppelseitigen Argumenten überzeugt Honan *Fernwehmütige* vom sofortigen Aufbruch.“ RONDO, DER STANDARD

REMOTE PLACES TO STAY

Die schönsten Hotels
an entlegenen Orten

Herausgeber: Debbie Pappyn & David De Vleeschauwer
Ausstattung: Vollfarbig, Leinen-Hardcover,
fadengebunden, 312 Seiten, 20,5 x 27 cm
Preis: € 39,90 (D)
Deutsche Ausgabe ISBN: 978-3-89955-165-5
Englische Ausgabe ISBN: 978-3-89955-986-6

Entdecken Sie magische, abgeschiedene Orte rund um die Welt, von Afrika bis zur Arktis, die uns von unserem modernen Leben abschalten lassen und in einen Zustand des Staunens versetzen.



Stille. Ruhe. Weite. Das ist der neue Luxus. In unserer bewegten Zeit ist es immer wichtiger geworden, sich zurückzuziehen und zu entschleunigen. *Remote Places to Stay* teilt 22 entlegene Orte, um abzuschalten und wieder in Einklang mit dem Wesentlichen zu kommen, umgeben von rauer, unberührter Natur. Einige sind nur zu Fuß erreichbar, andere mit dem Zug, einem kleinen Boot oder einem Buschflugzeug. Aber jeder einzelne Ort gibt dem Begriff Raum eine neue Dimension. Von großzügiger bis hin zu schlichter Architektur, von der Arktis bis in die Wüstenlandschaften Afrikas, vom stillen Rückzug im Himalaya bis zu einem geheimen Kloster in Süditalien, jeder Ort wurde sorgfältig ausgewählt, um Besucher zu inspirieren und staunen zu lassen. *Remote Places to Stay* nimmt einen mit auf eine visuelle Reise, die man nicht mehr vergessen wird.



Die Journalistin DEBBIE PAPPYN und der Fotograf DAVID DE VLEESCHAUWER haben über ein Jahrzehnt leidenschaftlich die Welt erkundet und über hundert Länder besucht. Ihre Artikel sind in zahlreichen Publikationen erschienen, u. a. in Magazinen wie *Monocle*, *Wallpaper**, *The Financial Times* und *National Geographic*.





BRUMMM #4

Motorious Chronicles

Herausgeber: Hermann Köpf & Christian Eusterhus
Ausstattung: Vollfarbig, Softcover,
192 Seiten, 24 x 30 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 19,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-980-4



Motorräder sind weit mehr als ein Fortbewegungsmittel – sie sind ein Lebensstil. Mit starken Geschichten und beeindruckenden Fotografien liefert *BRUMMM* den Beweis.

BRUMMM bietet Inspiration für alle Liebhaber schnurrender Motoren. Großzügig gestaltet, versammelt das Bookazine Arbeiten zahlreicher, international anerkannter Fotografen und dokumentiert Motorradkultur über Länder- und Altersgrenzen hinweg. Die besondere stilistische Vielfalt macht *BRUMMM* zu einem zeitlosen Erlebnis voller spektakulärer Bilder, die jeden Motorradfan begeistern.

UNSERE EMPFEHLUNG



BRUMMM #1 Motorious Chronicles

Herausgeber: Hermann Köpf & Christian Eusterhus
Preis: € 29,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-900-2



BRUMMM #2 Motorious Chronicles

Herausgeber: Hermann Köpf & Christian Eusterhus
Preis: € 29,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-908-8



BRUMMM #3 Motorious Chronicles

Herausgeber: Hermann Köpf & Christian Eusterhus
Preis: € 29,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-946-0



BEAUTIFUL MACHINES

The Era of the Elegant Sports Car

Herausgeber: gestalten
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover,
fadengebunden, 336 Seiten, 30 x 27 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 49,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-988-0



Schnallen Sie sich an und genießen Sie eine Spritztour mit den stilvollsten Sportwagen der letzten hundert Jahre und den originellen Geschichten, die sie zu Legenden der Straße gemacht haben.

Beautiful Machines nimmt seine Leser mit auf eine Spritztour durch die Zeit und erzählt die faszinierenden Geschichten der legendärsten Sportwagen. Vom schnittigen Maserati Ghibli über den eleganten Lamborghini Miura und Iso Grifo bis hin zum wegweisenden Design des Alfa Romeo Tipo 33 und zur hochentwickelten Technologie des Porsche 918 Spyder – *Beautiful Machines* versammelt die Entstehungsgeschichten von über 45 ikonischen Sportwagen und gibt fundierte und spannende Einblicke in ihre raffinierte Technik. Neben einem Überblick über die Geschichte des Automobils von den 1930ern bis heute zeigt das Buch anhand umfangreichen Bildmaterials, wie sich technische Innovation, Design und Zeitgeist gegenseitig beeinflussen.

UNSERE EMPFEHLUNG

GENTLEMEN, START YOUR ENGINES! The Bonhams Guide to Classic Sports & Race Cars



Herausgeber:
gestalten & Jared Zaugg
Preis: € 49,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-567-7



PORSCHE 911
The Ultimate Sportscar
as Cultural Icon
Herausgeber:
gestalten & Ulf Poschardt
Preis: € 35 (D)
ISBN: 978-3-89955-687-2



ASTON MARTIN DB4 GT

Once the fastest and most advanced production car in the world, the DB4 GT was born from Aston Martin's finest 24 hours.

For years, Aston Martin had sought victory at the 24 Hours of Le Mans. It was the 1957 winning of the Grand Endurance race, and Aston Martin had secured its place in the history of the 24 Hours of Le Mans. The car was the DB4 GT, a sleek and elegant sports car designed by the legendary designer Gordon Murray. The DB4 GT was the fastest and most advanced production car in the world at the time. It was a true masterpiece of engineering and design. The DB4 GT was the result of a long and arduous process. It was a car that was built for speed and performance. It was a car that was built to win. The DB4 GT was the result of a long and arduous process. It was a car that was built for speed and performance. It was a car that was built to win.



LA BELLE EPOCH, LA FIN DE FACEL

It was the glamorous risk of celebrities, royalty, and racing drivers. Facel's own song combined European elegance with American brute force, menacing and defiant to the end.

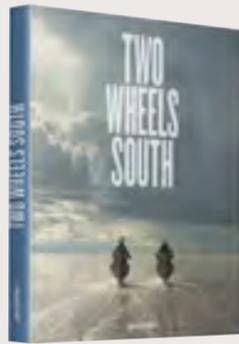
The Facel Vega Facel II of 1952 was the culmination of a great vision. It was the last car built by Facel, a man who had spent his life building cars that were not just cars, but works of art. The Facel Vega Facel II was a car that was built for speed and performance. It was a car that was built to win. The Facel Vega Facel II was the result of a long and arduous process. It was a car that was built for speed and performance. It was a car that was built to win.



ISO GRIFO

From bubble cars to one of the greatest grand tourers of its generation, Iso was nothing short of ambitious.

Despite the founding myth, the car never sold well. But Iso was ambitious. This was the spirit of the American dream. It was a car that was built for speed and performance. It was a car that was built to win. The Iso Grifo was the result of a long and arduous process. It was a car that was built for speed and performance. It was a car that was built to win.



TWO WHEELS SOUTH

Mit dem Motorrad von Brooklyn nach Feuerland

Von: Matias Corea
Herausgeber: gestalten
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 272 Seiten, 21 x 26 cm
Preis: € 29,90 (D)
Deutsche Ausgabe ISBN: 978-3-89955-299-7



Englische Ausgabe ISBN: 978-3-89955-976-7



ONE YEAR ON A BIKE

From Amsterdam to Singapore

Von: Martijn Doolaard
Herausgeber: gestalten
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 368 Seiten, 24 x 32 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 39,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-906-4



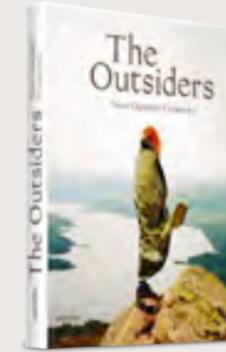
THE NEW OUTSIDERS

Andere Erlebnisse unter freiem Himmel

Herausgeber: gestalten & Jeffrey Bowman
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 256 Seiten, 21 x 26 cm
Preis: € 39,90 (D)
Deutsche Ausgabe ISBN: 978-3-89955-416-8



Englische Ausgabe ISBN: 978-3-89955-964-4



THE OUTSIDERS

New Outdoor Creativity

Herausgeber: gestalten & Jeffrey Bowman
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 272 Seiten, 24 x 28 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 39,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-513-4



THE CURRENT

New Wheels for the Post-Petrol Age

Herausgeber: gestalten & Paul d'Orléans
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 208 Seiten, 21 x 26 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 35 (D)
Englische Ausgabe ISBN: 978-3-89955-956-9



Französische Ausgabe ISBN: 978-3-89955-889-0



JETZT AUF FRANZÖSISCH ERHÄLTlich



RIDE OUT!

Motorrad-Roadtrips und Abenteuer

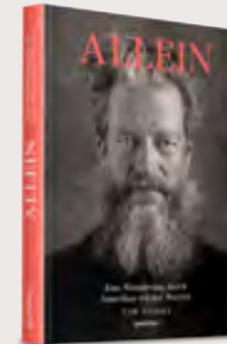
Herausgeber: gestalten
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 272 Seiten, 24 x 30 cm
Preis: € 39,90 (D)
Deutsche Ausgabe ISBN: 978-3-89955-523-3



Englische Ausgabe ISBN: 978-3-89955-957-6



Französische Ausgabe ISBN: 978-3-89955-890-6



ALLEIN

Eine Wanderung durch Amerikas wilden Westen

Von: Tim Voors
Herausgeber: gestalten
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 240 Seiten, 17 x 24 cm
Preis: € 24,90 (D)
Deutsche Ausgabe ISBN: 978-3-89955-298-0



Englische Ausgabe ISBN: 978-3-89955-977-4



WILDSIDE

The Enchanted Life of Hunters and Gatherers

Herausgeber: gestalten
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 256 Seiten, 22 x 28 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 39,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-672-8



BORN-FREE

Motorcycle Show

Herausgeber: DicE Magazine
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 320 Seiten, 28 x 21,5 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 39,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-961-3



THE RIDE 2ND GEAR

New Custom Motorcycles and Their Builders

Herausgeber: gestalten & Chris Hunter
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 352 Seiten, 30 x 27 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 49,90 (D)
ISBN (Rebel Edition): 978-3-89955-636-0



ISBN (Gentlemen Edition): 978-3-89955-589-9



THE FLY FISHER

The Essence and Essentials of Fly Fishing

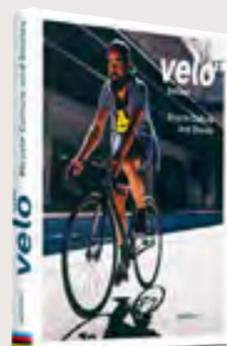
Herausgeber: gestalten, Thorsten Strüben & Jan Blumentritt
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 256 Seiten, 24 x 30 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 39,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-674-2



LIVING UNDER THE SUN

Tropical Interiors and Architecture

Herausgeber: gestalten
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 304 Seiten, 24 x 30 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 44 (D)
ISBN: 978-3-89955-592-9



VELO 3RD GEAR

Bicycle Culture and Stories

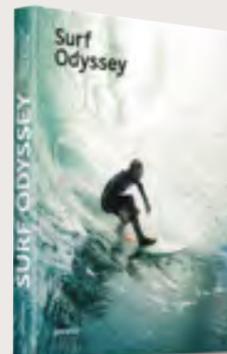
Herausgeber: gestalten
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 256 Seiten, 24 x 28 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 38 (D)
ISBN: 978-3-89955-652-0



VELO CITY

Bicycle Culture and City Life

Herausgeber: gestalten
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 256 Seiten, 24 x 28 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 39,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-654-4



SURF ODYSSEY

The Culture of Wave Riding

Herausgeber: gestalten & Andrew Groves
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 320 Seiten, 24 x 30 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 39,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-653-7

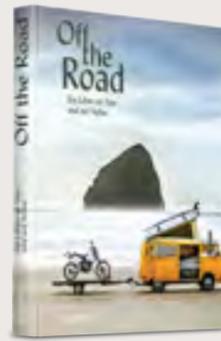


SURF SHACKS

An Eclectic Compilation of Creative Surfers' Homes from Coast to Coast and Overseas

Herausgeber: Indoek
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 288 Seiten, 24 x 28 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 39,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-907-1





OFF THE ROAD

Ein Leben im Van und auf Achse

Herausgeber: gestalten
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 256 Seiten, 21 x 26 cm
Preis: € 35 (D)
Deutsche Ausgabe ISBN: 978-3-89955-593-6



Englische Ausgabe ISBN: 978-3-89955-594-3



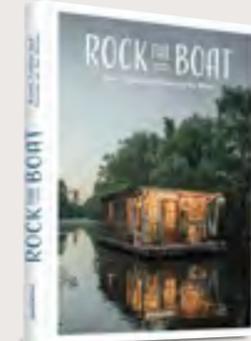
HIT THE ROAD

Vans, Nomaden und Abenteuer

Herausgeber: gestalten
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 272 Seiten, 21 x 26 cm
Preis: € 35 (D)
Deutsche Ausgabe ISBN: 978-3-89955-939-2



Englische Ausgabe ISBN: 978-3-89955-938-5



ROCK THE BOAT

Boats, Cabins and Homes on the Water

Herausgeber: gestalten
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 272 Seiten, 21 x 26 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 39,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-916-3



ROCK THE SHACK

The Architecture of Cabins, Cocoons and Hide-Outs

Herausgeber: gestalten
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 240 Seiten, 24 x 30 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 39,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-466-3



FAST FORWARD

Autos für die Zukunft, die Zukunft des Autos

Herausgeber: gestalten & Jan Baedecker
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 304 Seiten, 30 x 27 cm
Preis: € 49,90 (D)
Deutsche Ausgabe ISBN: 978-3-89955-689-6



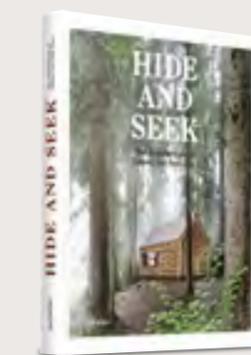
Englische Ausgabe ISBN: 978-3-89955-902-6



GENTLEMEN, START YOUR ENGINES!

The Bonhams Guide to Classic Sports & Race Cars

Herausgeber: gestalten & Jared Zaugg
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 320 Seiten, 30 x 27 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 49,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-567-7



HIDE AND SEEK

The Architecture of Cabins and Hide-Outs

Herausgeber: gestalten
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 256 Seiten, 24 x 30 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 39,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-545-5



THE HINTERLAND

Cabins, Love Shacks and Other Hide-Outs

Herausgeber: gestalten
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 288 Seiten, 24 x 30 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 39,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-663-6



PORSCHE 911

The Ultimate Sports car as Cultural Icon

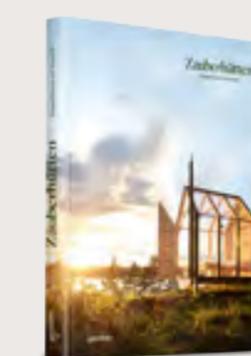
Herausgeber: gestalten & Ulf Poschardt
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 240 Seiten, 21 x 26 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 35 (D)
ISBN: 978-3-89955-687-2



THE DRIVE

Custom Cars and Their Builders

Herausgeber: gestalten
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 400 Seiten, 30 x 27 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 49,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-651-3



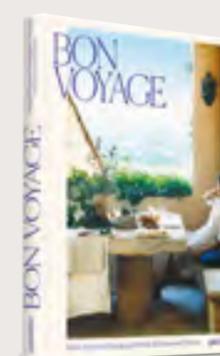
ZAUBERHÜTTEN

Doppelzimmer mit Aussicht

Herausgeber: gestalten
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 256 Seiten, 24 x 30 cm
Preis: € 39,90 (D)
Deutsche Ausgabe ISBN: 978-3-89955-493-9



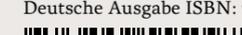
Englische Ausgabe ISBN: 978-3-89955-655-1



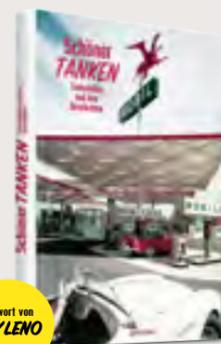
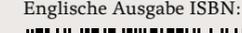
BON VOYAGE

Die schönsten Boutique-Hotels für bewusstes Reisen

Herausgeber: gestalten & Clara Le Fort
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 288 Seiten, 21 x 26 cm
Preis: € 39,90 (D)
Deutsche Ausgabe ISBN: 978-3-89955-509-7



Englische Ausgabe ISBN: 978-3-89955-963-7



SCHÖNER TANKEN

Tankstellen und ihre Geschichten

Herausgeber: gestalten & Sascha Friesike
Vorwort: Jay Leno
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 240 Seiten, 21 x 26 cm
Preis: € 39,90 (D)
Deutsche Ausgabe ISBN: 978-3-89955-677-3



Englische Ausgabe ISBN: 978-3-89955-928-6



THE NEW NOMADS

Temporary Spaces and a Life on the Move

Herausgeber: Gestalten
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 224 Seiten, 24 x 28 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 39,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-558-5



FOOD & BEVERAGES





Pudis nonestiumet accessinte nones qui niti di ut alia ips-umque rem harum aut etur? Quibus esenient alit volute cuptae ex eumet dit, quatur, ut volorer upienis serio.



DOLORAES
Qui dolum veliquid eium facese aut id unt et qui doloraes ma nam vit eate prae doluptatioe nem quatem eaque si ute nusa nis precepe litatii .

QUI DOLUM
veliquid eium facese aut id unt et qui doloraes ma nam vit eate prae doluptatioe nem quatem eaque si ute nusa nis precepe litatii Qui dolum veliquid eium facese aut id unt et qui doloraes ma nam vit

QUATEM
Qui dolum veliquid eium facese aut id unt et qui doloraes ma nam vit eate prae doluptatioe nem quatem eaque si ute nusa nis precepe litatii.

KÜRBIS

Pudis nonestiumet accessinte nones qui niti di ut alia ips-umque rem harum aut etur? Quibus esenient alit volute cuptae ex eumet dit, quatur, ut volorer upienis serio. Icatem fugitibus expedit ea perepre mratectesto volesto bersper atisquam volorum lacea nobis maxim re, quam evel et perunt provit, aut quo commolu pienisqui dolupta tiaspitatur? Ulparia verro cupta vel il iuntias rectium, quis diciis porectorio. Ad eumquodis quae. Onem. Uda il millupta natias ne cuptam faccus ut optiant, essunto que ini beriberepuda nos dolestio excearum et, quis consequis pratem assendae pe sequo ommoluptur, temporem si dolorem fugaessin porum res pre parias denihitas duci nihil et vidi ipidionsed qui remod quid es esequi nonsere rchille ntiberro quam harum eat.

Qui dolum veliquid eium facese aut id unt et qui doloraes ma nam vit eate prae doluptatioe nem quatem eaque si ute nusa nis precepe litatii stemquates ea nulparciis maioreiuntia dolorecus sandips anihil is expliquia si sum, nitae voloruptatet officieni se optas mo eum volorit is molor anti blacia quist mi, sit odi comnis es as maxim sit lit et volor anto et eum alita sunt labore prat et et ditis aliqque deles quo dolupta ipsunt est harum experovid eatur? Etur, ullabo. Tur rates voluptati dus am qui cum ex est qui to in consecabore nestiandae nosam et doluptiunt.

KÜRBIS

5

PETERSILIEN WURZEL

Pudis nonestiumet accessinte nones qui niti di ut alia ips-umque rem harum aut etur? Quibus esenient alit volute cuptae ex eumet dit, quatur, ut volorer upienis serio. Icatem fugitibus expedit ea perepre mratectesto volesto bersper atisquam volorum lacea nobis maxim re, quam evel et perunt provit, aut quo commolu pienisqui dolupta tiaspitatur? Ulparia verro cupta vel il iuntias rectium, quis diciis porectorio. Ad eumquodis quae. Onem. Uda il millupta natias ne cuptam faccus ut optiant, essunto que ini beriberepuda nos dolestio excearum et, quis consequis pratem assendae pe sequo ommoluptur, temporem si dolorem fugaessin porum res pre parias denihitas duci nihil et vidi ipidionsed qui remod quid es esequi nonsere rchille ntiberro quam harum eat.

Qui dolum veliquid eium facese aut id unt et qui doloraes ma nam vit eate prae doluptatioe nem quatem eaque si ute nusa nis precepe litatii stemquates ea nulparciis maioreiuntia dolorecus sandips anihil is expliquia si sum, nitae voloruptatet officieni se optas mo eum volorit is molor anti blacia quist mi, sit odi comnis es as maxim sit lit et volor anto et eum alita sunt labore prat et et ditis aliqque deles quo dolupta ipsunt est harum experovid eatur? Etur, ullabo. Tur rates voluptati dus am qui cum ex est qui to in consecabore nestiandae nosam et doluptiunt dolo ro quam, occum deliquia sum fugit dolo ro venit aniet, ommodi que dolorib uscuis evendignam, quisincipsa pos modis eostorro beatemp orerae nam.



DOLORAES
Qui dolum veliquid eium facese aut id unt et qui doloraes ma nam vit eate prae doluptatioe nem quatem eaque si ute nusa nis precepe litatii.

QUI DOLUM
veliquid eium facese aut id unt et qui doloraes ma nam vit eate prae doluptatioe nem quatem eaque si ute nusa nis precepe litatii.

QUATEM
Qui dolum veliquid eium facese aut id unt et qui doloraes ma nam vit eate prae doluptatioe nem quatem eaque si ute nusa nis precepe litatii.

Pudis nonestiumet accessinte nones qui niti di ut alia ips-umque rem harum aut etur? Quibus esenient alit volute cuptae ex eumet dit, quatur, ut volorer upienis serio.



PETERSILIEN WURZEL

6

JUNGES GEMÜSE

800 leckere Rezepte für mehr Grünzeug auf dem Teller

Herausgeber: Anette Dieng & Ingela Persson
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, Fadengebunden, 184 Seiten, 18 x 24 cm Preis: ca. € 29,90 (D)
Deutsche Ausgabe ISBN: 978-3-89955-080-1

Englische Ausgabe ISBN: 978-3-89955-999-6

ERSCHEINT: FEBRUAR 2020

Sei nett zu dir selbst und zu deiner Umwelt – leckere, einfache, vegetarische Rezepte für mehr Grünzeug auf dem Teller.

Wer bei Grünzeug rot sieht und jeden Tag aufs Neue damit kämpft, sich gesund zu ernähren, wird sich mit diesem Buch in einen echten Gemüse-Fan verwandeln. Mit mehr als 800 kurzen und unkomplizierten Rezepten, die zeigen, wie einfach es ist, grüner zu kochen. Denn hier werden gekochte Karotten schneller gegen gerösteten Brokkoli mit Knoblauch, Chili, Cashewnüssen und Soja-sauce eingetauscht, als man „Grünkohl“ sagen kann. Mit eigenen Kapiteln zu jeder Gemüsesorte legt *Junges Gemüse* die Grundlagen auf den Tisch und erklärt, wann welches Gemüse Saison hat, wie man es am besten aufbewahrt und mit welchen Zutaten es besonders gut schmeckt. Ein Buch, dessen einfache Anweisungen selbst den größten Küchen-Phobiker konvertiert.

WAS MACHT DAS BUCH BESONDERS?

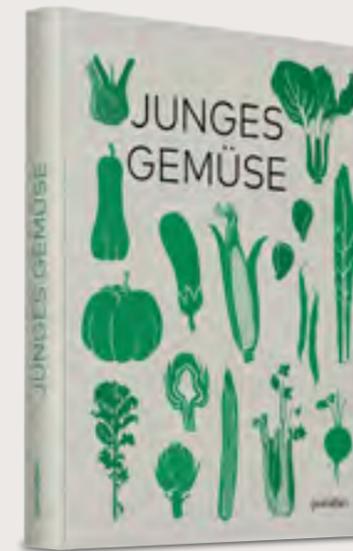
- Hunderte von Rezepten mit grünem Fokus für Menschen, die gesünder essen möchten.
- Viele Ideen für Gerichte, die als Hauptgang wie als Beilage funktionieren.
- Zahlreiche Tipps, wie man das Beste aus seinem Gemüse macht.

ANETTE DIENG

hat als Köchin gearbeitet, bevor sie Ekolådan, Schwedens führenden Gemüse-Lieferservice, gründete. Heute arbeitet sie als Autorin, die voller Leidenschaft zeigen will, wie einfach es ist, ein nachhaltiges Essen zuzubereiten.

INGELA PERSSON

ist Köchin und Gastronomin und schreibt Rezepte für Ekolådan.



SAMPLE COVER

NEU



12

EAT YOUR GREENS



DOLORAES
Qui dolum veliquid eium facese aut id unt et qui doloraes ma nam vit eate prae doluptatioe nem quatem eaque si ute nusa nis precepe litatii

QUI DOLUM
veliquid eium facese aut id unt et qui doloraes ma nam vit eate prae doluptatioe nem quatem eaque si ute nusa nis precepe litatii

QUATEM
Qui dolum veliquid eium facese aut id unt et qui doloraes ma nam vit eate prae doluptatioe nem quatem eaque si ute nusa nis precepe litatii

AUBERGINE

Pudis nonestiumet accessinte nones qui niti di ut alia ips-umque rem harum aut etur? Quibus esenient alit volute cuptae ex eumet dit, quatur, ut volorer upienis serio. Icatem fugitibus expedit ea perepre mratectesto volesto bersper atisquam volorum lacea nobis maxim re, quam evel et perunt provit, aut quo commolu pienisqui dolupta tiaspitatur? Ulparia verro cupta vel il iuntias rectium, quis diciis porectorio. Ad eumquodis quae. Onem. Uda il millupta natias ne cuptam faccus ut optiant, essunto que ini beriberepuda nos dolestio excearum et, quis consequis pratem assendae pe sequo ommoluptur, temporem si dolorem fugaessin porum res pre parias denihitas duci nihil et vidi ipidionsed qui remod quid es esequi nonsere rchille ntiberro quam harum eat.

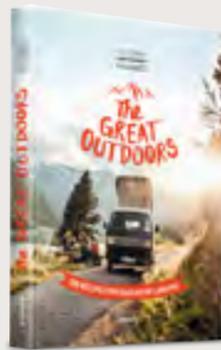
Qui dolum veliquid eium facese aut id unt et qui doloraes ma nam vit eate prae doluptatioe nem quatem eaque si ute nusa nis precepe litatii stemquates ea nulparciis maioreiuntia dolorecus sandips anihil is expliquia si sum, nitae voloruptatet officieni se optas mo eum volorit is molor anti blacia quist mi, sit odi comnis es as maxim sit lit et volor anto et eum alita sunt labore prat et et ditis aliqque deles quo dolupta ipant est harum experovid eatur? Etur, ullabo. Tur rates voluptati dus am qui cum ex est qui to in consecabore nestiandae nosam et doluptiunt dolo ro quam, occum deliquia sum fugit dolo ro venit aniet, ommodi que dolorib uscuis evendignam, quisincipsa pos modis eostorro beatemp orerae nam, volupiat ut del maximil upsa ras aut ducit quodcum sequos labor. Rem que nosa noscorib thoutumenda doluptas andae sum et vel iur, ea que volor aspal impone videse verferum quaeperum estur simi idemhicia tu Os sua etur, qui sant volupta sferferovid quastiqua

13



116

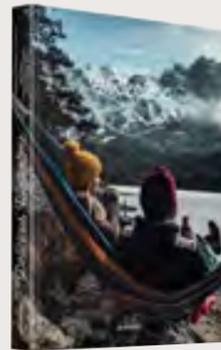
EAT YOUR GREENS



THE GREAT OUTDOORS

120 Recipes for Adventure Cooking

Von: Markus Sämmer
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 272 Seiten, 20 x 27 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 35 (D)
ISBN: 978-3-89955-948-4



DELICIOUS WINTERTIME

The Cookbook for Cold Weather Adventures

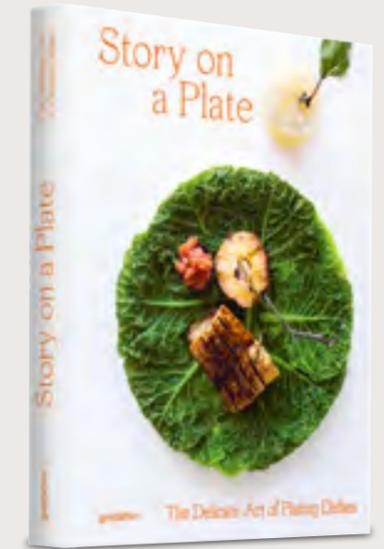
Von: Markus Sämmer
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 272 Seiten, 20 x 27 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 35 (D)
ISBN: 978-3-89955-650-6



STORY ON A PLATE

The Delicate Art of Plating Dishes

Herausgeber: gestalten
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 256 Seiten, 22,5 x 29 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 39,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-987-3



Unter „Plating“ versteht man die Fertigkeit, Gerichte besonders kunstvoll auf dem Teller anzurichten. Fotos und Anleitungen visueller Festschmäuse animieren Amateure und Profis zum Nachmachen.



NORDIC BY NATURE

Die neue Küche und Natur des hohen Nordens

Herausgeber: gestalten & Borderless Co.
Ausstattung: Vollfarbig, Halbleinen-Hardcover, fadengebunden, 304 Seiten, 24 x 30 cm
Preis: € 49,90 (D)
Deutsche Ausgabe ISBN: 978-3-89955-950-7



Englische Ausgabe ISBN: 978-3-89955-947-7



RAUS AUFS LAND

Vom Bauernhof auf den Tisch

Herausgeber: gestalten & Food Studio
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 256 Seiten, 24 x 28 cm
Preis: € 39,90 (D)
Deutsche Ausgabe ISBN: 978-3-89955-933-0



Englische Ausgabe ISBN: 978-3-89955-918-7



Meisterliches Food Plating macht aus einer Speise ein Fest für alle Sinne. *Story on a Plate* gibt einen tiefen Einblick in dieses kulinarische Kunsthandwerk und stellt in einzelnen Kapiteln die verschiedenen Arbeitsabläufe vor: von der Auswahl des Tellers und Werkzeugs über die Positionierung der Speisen bis hin zur Dekoration.

Story on a Plate porträtiert herausragende Köche und Plating-Künstler, die ihre Technik Schritt für Schritt erklären, und zeigt zahlreiche Kreationen, die zum Nachmachen einladen. Ein Buch für Profis und ambitionierte Köche, die ihren Gerichten in der heimischen Küche den letzten Feinschliff geben möchten.

„Nur selber essen ist schöner.“

SPIEGEL ONLINE



ABRAHAMS KÜCHE

Neue Esskultur und Rezepte aus Israel und Palästina

Herausgeber: gestalten & David Haliva
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 304 Seiten, 21 x 26 cm
Preis: € 35 (D)
Deutsche Ausgabe ISBN: 978-3-89955-666-7



Englische Ausgabe ISBN: 978-3-89955-642-1



STAY FOR BREAKFAST

Rezepte für jeden Tag und alle Gelegenheiten

Herausgeber: gestalten & Simone Hawlisch
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 192 Seiten, 21 x 26 cm
Preis: € 29,90 (D)
Deutsche Ausgabe ISBN: 978-3-89955-657-5



Englische Ausgabe ISBN: 978-3-89955-643-8



UNSERE EMPFEHLUNG



VISUAL FEAST
Contemporary Food Staging and Photography

Herausgeber: gestalten
Preis: € 39,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-695-7



THE DELICIOUS
A Companion to New Food Culture

Herausgeber: gestalten & Giulia Pines
Sprache: Englisch
Preis: € 39,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-585-1



PÉTONCLE

LE MOUSSO – ANTONIN MOUSSEAU-RIVARD

To serve a single scallop at Montreal's Le Moussu, chef Antonin Mousseau-Rivard creates a tableau that lends the humble bivalve an element of mystery. To achieve such a haunting effect, the chef first puts a bit of oil at the bottom of the bowl and covers it with ice. The scallop is seared and placed on top, anointed with spicy XO sauce, and garnished with edible flowers called tagetes. Finally, liquid nitrogen is poured over the dish, which diffuses the smell of the oil and primes the diner's taste buds. The orange petals offer the dish a bit of playful color and warmth, bringing to mind the arrival of spring atop a chalky cliff.

6



APPETIZER

New Interiors for Restaurants and Cafés

Herausgeber: gestalten
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 272 Seiten, 24 x 30 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 39,90 (D)
ISBN: 978-3-89955-930-9



DELICIOUS PLACES

New Food Culture, Restaurants, and Interiors

Herausgeber: gestalten
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 256 Seiten, 21 x 26 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 38 (D)
ISBN: 978-3-89955-969-9



186

QUICK & EASY PISTACHIO ICE CREAM

BABYLONSTOREN

This pistachio ice cream is the embodiment of simplicity. Three ingredients—beurre, cream, condensed milk, and pistachio essence—are combined in an electric mixer and then frozen for several hours. The ice cream's presentation is suitably minimal: its most complicated step is removing pips from an arum lily. After the lily is cleaned and dried, a piece of wax paper is placed on its petals to prevent direct contact with the ice cream. Fresh Cape gooseberries and a rose are then arranged somewhat sparsely around the lily, creating a canvas whose form and colors recall both Robert Mapplethorpe's photographs of lilies and Georgia O'Keefe's flower paintings.



TRAVEL





THE GRAND HOSTELS

Die schicksten Designhostels der Welt by BudgetTraveller

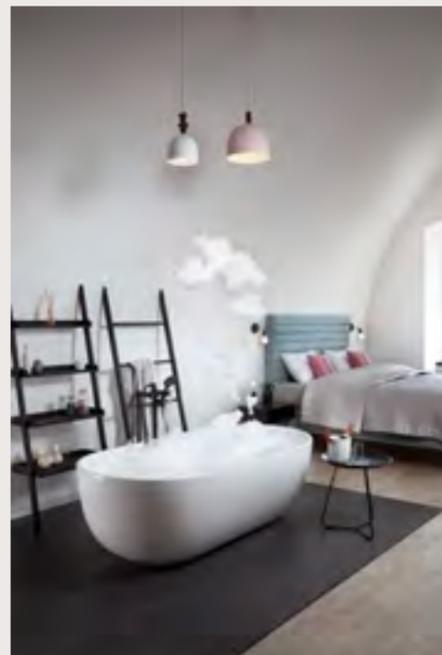
Herausgeber: gestalten & Kash Bhattacharya
Ausstattung: Vollfarbig, Flexicover, fadengebunden, 320 Seiten, 17 x 22,5 cm
Preis: € 29,90 (D)
Deutsche Ausgabe ISBN: 978-3-89955-433-5



Englische Ausgabe ISBN: 978-3-89955-684-1



Für wenig Geld großartig übernachten? Designhostels sehen besser aus, sind günstiger und man trifft Gleichgesinnte, mit denen man die Stadt erkunden kann.



Abends in Lissabon

KASH BHATTACHARYA
auch bekannt als BudgetTraveller, hat in den vergangenen neun Jahren wie kein anderer die Trips von hippen, designverliebten und gleichzeitig preisbewussten Reisenden revolutioniert und wurde dafür 2016 vom National Geographic Traveller zum „Blogger of the Year“ gekürt. Kash schreibt über seine Aufenthalte in Luxushostels in den Metropolen dieser Welt und verrät den Lesern unter anderem, wo man in jeder Stadt das beste authentische Streetfood bekommt.

„Die Zeiten, in denen Hostels als Billigabsteigen galten, sind vorbei, wie Reiseblogger Kash Bhattacharya eindrucksvoll zeigt.“ STERN

Wenn ich zu den Klängen des Fado, die mir an jeder Straßenecke entgegenwehen, durch die raseira (Garnen) der Stadt laufe, kann ich nicht aufhören, all die wunderbaren Gebäude zu bewundern, die zahllosen Investoren und Immobilienstandgehaltn haben. Lissabon ist wie eine Reise in die Vergangenheit. In diese Stadt verleihe man sich immer wieder aus.

Stadttell Belém, von dem aus Vasco da Gama seine Segel setzte. Die Antiga Condiaria de Belém heißt diese viele Kirchenbauten seit 1837 nach einem alten, noch heute streng gehaltenen Gebäudestil.

Wie authentische portugiesische Küche genießen möchte, sollte sich in den Stadttell Alvalade wegen. Heimstatt der portugiesischen Punk-Bewegung. Im Restaurant Adaga da Batata, in das normalerweise nur Einheimische gehen, sollte man die klassische Bacalhau (Stockfisch) und Cozido à Portuguesa, einen perfekt geschauten Eintopf, probieren. Eine gute Auswahl an typischen Fleischgerichten bekommt man im O Cartero, zum Beispiel Arroz de Cabidela – im eigenen Blut gekochtes Hühnchen (oder Kanarienei) mit Reis. Ja, einige portugiesische Gerichte sind nicht für schwache Nerven...

Modernere Interpretationen der portugiesischen Küche findet man im Tisse Que Lisboa, das einige der besten Restaurants der Stadt unter einem Dach vereint. Mir gefiel besonders das Trilico, Schwesterrestaurant des wunderbaren Decadente im Independent Hotel & Suites, das auf portugiesische Fusion-Küche spezialisiert ist. Mein absoluter Favorit hier: der Oktopus. Wie dann auf dem Geschmack gekommen ist, kann im A Maria Nô Dêixa in der Nähe der Strandilha Rica weiter. Petisco testen und sich zum Desert ein Eis von Santini gönnen.



Hostels machen Spaß! Fremde Städte erkunden und spannende Bekanntschaften schließen, am Leben der Einheimischen teilhaben. Genau dafür stehen Hostels. Immer mehr Unterkünfte bieten aber zusätzlich das gewisse Extra an Service und Komfort. Von Außenpools über Bars auf Dachterrassen, Coworking-Spaces oder Kochkursen – die Angebote sind wirklich außergewöhnlich. All das können Gäste genießen und sich danach aufs private Zimmer zurückziehen.

The Grand Hostels stellt ausgewählte Designhostels in Europa, Asien, Afrika und den USA vor – perfekt zugeschnitten auf die Bedürfnisse von Feinschmeckern, Outdoor-Fans, Digital Nomads sowie Städtereisenden.

Der preisgekrönte Reisejournalist Kash Bhattacharya gibt preis, wo die schönsten Designhostels der Welt zu finden sind. Er verrät auch, wo man am besten wie die Einheimischen essen, feiern oder einfach entspannen und so Reisen in unvergessliche Erlebnisse verwandeln kann.

MR HUDSON UNTERWEGS

Der stilvolle Reiseführer für schwule Männer

Herausgeber: gestalten & Mr Hudson
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 320 Seiten, 17 x 22,5 cm
Preis: € 29,90 (D)
Deutsche Ausgabe ISBN: 978-3-89955-322-2



Englische Ausgabe ISBN: 978-3-89955-974-3



Mr Hudson Unterwegs ist der zeitgemäße Reiseführer für schwule Männer, die gern stilvoll unterwegs sind. Recherchiert und ausprobiert von Journalisten und Experten mit Ortskenntnis und Insiderwissen.

Schwule Männer reisen oft und gerne und haben dabei klare Vorstellungen davon, was sie interessiert. Mr Hudson Unterwegs ist der perfekte Partner, wenn es darum geht, überall auf der Welt eine unvergessliche Zeit zu erleben. Egal ob in Berlin, New York, Lissabon oder Shanghai – dieser Reiseführer voll individueller Ziele und wertvoller Tipps weist den Weg zu den besten schwulenfreundlichen Adressen fernab des Massentourismus und blickt dabei weit über stereotype Szeneläden hinaus. Hotels, Restaurants, Geschäfte, Kunst und Kultur – jedermann, der gern mit Stil reist, kommt hier auf seine Kosten.

Mr Hudson Unterwegs zeigt den Weg zur Bar mit den besten Cocktails, zum angesagtesten Designgeschäft und leckersten Frühstück der Stadt und macht Vorschläge für Tagesausflüge jenseits der Stadtgrenzen. Von Mr Hudson und einer Vielzahl weit gereister Redakteure zusammengestellt präsentiert dieses Buch 20 Großstädte der Nordhalbkugel, in denen sich Lifestyle, Kultur und Gastlichkeit auf besonders beeindruckende Weise erleben lassen.

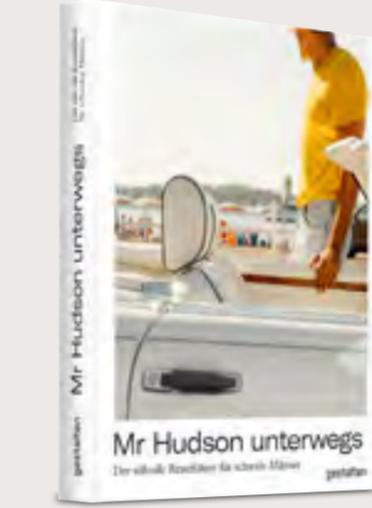
MR HUDSON
Als wegweisende Reisewebsite für den anspruchsvollen schwulen Mann stellt Mr Hudson ausgewählte Reiseziele weltweit in ausführlichen, sorgfältig recherchierten Beiträgen vor. Initiiert wurde das Projekt von Bastiaan Ellen, einem erfahrenen Online-Marketing-Experten, der zuvor in leitenden Funktionen für verschiedene internationale Reiseunternehmen tätig war.

LOGIEREN **AMSTERDAM, NIEDERLANDE**
Wo früher Arme und Alte gesippt wurden, bietet THE OYAS gebührende Hoheit mit allem, was dazugehört. Das Publikum ist eher älter und tendenziell konservativ. Das prächtige Kartagium vor dem The-o-Deo-Atmosphäre – im ruhigen Restaurant und in den minimalistisch gehaltenen Zimmern, in denen nicht vom mitsprachigen Zimmergenossen ablenkt. Im hauseigenen Sterne-Restaurant Vankes wird Französisches originell mit Asiatischem bereichert. In der Brasserie Ooco kann man fast den ganzen Tag frühstücken oder brunchen – zum Beispiel eine unverwundlich leckere Kreation namens Egg-Quake – mit Bröckchen, pochierten Eiern, Sauce hollandaise und Krabben. Unbedingt bestellen!
Einen Stimmwandel vom Monotonen empfängt der italienische Architekt Piero Lissoni im ehemaligen Konservatorium modernen Hotelkultur geschaffen: das bei Design-Studio und Proem Jagers beliebte CONSERVATORIUM HOTEL. Am Wochenende nimmt sich in der sehenswerten Bar namens Tunes die Gäste am Südtisch in der Mitte oder beobachten das Treiben von einer der eleganten Sitzsäulen aus Hochregal-Design wird auch im ART HOTEL gegenüber der Central Station großgeschrieben. In dem ehemaligen Bischofshaus aus dem frühen 20. Jahrhundert befindet sich neben dem Hotel auch Galerie, Restaurant, Bar und Bibliothek. Die Bereiche sind nur durch clevere halbdurchsichtige Raumteiler miteinander verbunden. Man kann also in der Cocktailbar S&B einen Drink nehmen und trotzdem den roten Typen driften in der Galerie im Blick behalten. Die Küche figt sich naheliegenderweise in dieses Gesamtwerk ein – inklusive Olivenöl und frischen italienischen Kellern. Die niederländische Königfamilie residiert nicht in Amsterdam. Schade – das HOTEL TWENTYSEVEN gegenüber dem Koninklijk Paleis am Dam wäre eine ständegemäße Residenz. Das Hotel im ehemaligen Koninklijke Industriële Groene Club von 1916 kokettiert mit dem vornehmen Fläch-Ambiente alter Zeiten, für das Mata Hari und König Midas Platz gestanden haben könnten. Keine Fläche, die nicht verkleidet, poliert oder vergoldet wäre. So viel Prunk und Pomp hat man in Amsterdam seit dem Goldenen Zeitalter der Niederlande nicht gesehen. Das malerische Jordaan-Viertel ist das genaue Gegenteil. Wo sich im 17. Jahrhundert Arbeiter und Einwanderer ansiedelten, lockt heute das nostalgische J&J JORDAAN mit seinem industriell inspirierten Design die Loggiergäste, die es authentisch, schweißlos und bodenständig mögen und dem hohen Ambiente brauchen. Jenseits aller Trends achten Hotels zunehmend auf ihren ökologischen Fußabdruck. Das CO AMSTERDAM geht dabei ganz neue Wege und nutzt sogar die Wärme des Grandcanals. Vor allem die Energietechnik und das Abfallmanagement des Hotels bewiesen, dass Nachhaltigkeit und Nachhaltigkeit sich nicht ausschließen. Das das gebrauchte Duschwasser für die Toilettenreinigung genutzt wird, ist nur ein Beispiel für die Öko-Logik dieses Hotels.

Maschinen von Primrose und Isabella Studio in Bremen. Kupfer- und Goldblech prägen die Seiten im Hotel TwentySeven.

GENIEßEN **AMSTERDAM**
In einem Land, das seine Bauern ebenso acht und schätzt wie seine Kaufleute, überrascht nicht, dass die in 1640 bei erdbeeindlichen Geschicklichkeiten ebenso beliebt ist wie bei Feinschmeckern aus dem Ausland. Das acht Meter hohe Gewächshaus bietet Platz für Restaurant, Wintergarten, Gartensaal und Bar. Mit Blick auf das Grün des Frankendal-Parks und den restauriertesten Gemüsegarten führen die dmerenden Gäste sich wie auf dem Lande. Auf den Tisch kommt, was man an einem solchen Ort erwartet: Frische Zutaten aus regionalen Anbau, angeordnet im Stil der Haute Cuisine. Hohen Ansprüchen genügt auch das ENVY an der Prinsengracht, das statt Vor- und Hauptgerichte kleine Gourmet-Portionen serviert, die nachdem oder gleichzeitig gereicht werden und den Gast auf eine abwechslungsreiche Geschmackreise schicken.
Mit Blick auf den Gemüsegarten fühlen die dmerenden Gäste sich wie auf dem Lande.
In der schmalen Sint Nicolaasstraat liegt etwas versteckt das französisch inspirierte Bistro-Restaurant KAMMANN & KORTBAAS. Für die wöchentlich wechselnden Menüs verarbeitet das rausgelebende Koch-Duo heimische Produkte mit allen Feinheiten internationaler Restaurantkultur. Ganz in der Nähe bewirbt das Restaurant ANNA, das ein ganzes Abend in Amsterdam singenden Rocktheaterstück nach einer Strichungen und Jungenspotentary möglich ist. Das Restaurant in der Warmoesstraat mit Blick auf die Oude Kerk ist passenderweise nach der Schutzheiligen der Seefahrer und holländischen Franken benannt und kulinarisch eine sichere Bank.
Heutevergnügen wird auch in den Filialen der Restaurantfamilie concert serviert, die auf der Grenze zwischen Brasserie und Imbiss balanciert. Tagelager kommen Klassen wie Burger und Arme Ritter, Bouef bourguignon und Langäne mit Hummer auf den Tisch. Ob im Stammhaus CAPT CREOLE an der Leidsegracht, im kinderlich angehauchtem GEORGIO'S an der Staalboulevardade oder im gemütlichen GEORGETTE an der Mokkeke P.C. Hofstraat – in jeder Filiale werden die gleichen Grundzutaten anders interpretiert.
Das die japanische Küche in jeder Lage und Nachtzeit schmeckt, bestatigt das ZAKAYA im pubertären Stalviertel De Pijp. Hier erhält man im mittigen, die gleichen Gerichten Gerichte wie am Abend oder zur Cocktailstunde.

Auf der Nordseite des Geopje Marais nämlich der Innenhof speist Pink und Seaford die Hoopville.



Amsterdam mit seinen gemütlichen Cafés und ausgefallenen Restaurants links und rechts der Grachten ist besonders lebenswert.

NIEDERLANDE **MITFEIERN**
In Clubs bekommt man oft ein Gefühl für die Seele einer Stadt. In Amsterdam mangelt es auch nach dem Aus der legendären Locations Roxy und T1 nicht an Tanzmöglichkeiten. Der CLUB bietet im intimen Rahmen für jedes das Richtige und praktiziert eine tolerante, unprätentöse Einlasspolitik. Hier wird jeder, unabhängig von Status, Aussehen und Orientierung, respektiert. Amsterdams LGBTQ-Community ist seit den 1980er Jahren im DIE TRIT zu Hause. Die gemächliche Stimmung in einem ehemals besetzten Keller ist eine Institution. Die Trut ist nur am Sonntagabend geöffnet und wird ausschließlich von Ehrenamtlichen betrieben. Das Handy- und Kameraverbot sorgt für ein unbeschwertes Klima – jeder kann sich geben, wie er ist, während der DJ durch das Musikangebot scrollt, als wäre es die Profile einer Dating-App.
Nicht jede Kneipe kann von sich sagen, im Stadtmuseum einen Nachbarn von sich zu haben. Das unverwechselbare CAFE MANSIE hat tatsächlich Museumsreife erlangt. Das die Kneipe am Zeehuis die Zeiten überdauert hat, verändert sie der Aufgeschlossenheit des Inhabers gegenüber der Gay-Community. Einer seiner Nachkommen hat das Lokal neu eröffnet, in dem es heute exakt so aussieht wie zur Glanzzeit um 1927. Das DOOR 's macht mit seinen Cocktails von sich reden. Seine geheimnisvolle Reservierungspolitik und der versteckte Eingang lassen an die Speakeasy-Tradition der Prohibitionzeit denken. Im Door '74 kann man in seiner Nische einen gemütlichen Abend verbringen oder den Bartendern bei ihrem Kunststücken zuschauen. Für jeden Geschmack gibt es den passenden Drink. Unentschieden bleibt das Cocktail-Glückswort. Jede moderne Stadt muss sich stetig neu erfinden. In Amsterdam wird das besonders deutlich in der WALK, dem ehemaligen Strahlebandeplatz in Oud-West, das zu einer Attraktion mit Imbissständen, Kino, 55-Zimmer-Hotel und öffentlicher Bibliothek umgebaut wurde. Für innovative Urbanität steht auch das BAUT, eine wandernde Kombination aus Restaurant und Kulturort, die gegen ihren Motto „Forever temporary“ immer wieder umzieht und Stadtbücherei eine neue Bedeutung verleiht. Am rangierten Biermöbiel aus den 1980er Jahren und Filmkartografie fügt sich zu einem post-apokalyptischen Industriestil im Kastentempel – unpretentiös und unkonventionell.

Das Grand am Boat Spa und Trend Hotel immer gleich, aber an jedem neuen Standort wird ein neues Interieur kreiert.



THE MONOCLE TRAVEL GUIDE SERIES

Paris 10

Von: Monocle
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, Lesebändchen, 148 Seiten, 14 x 21 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 18 (D)
ISBN: 978-3-89955-875-3 (NEU)



Es gibt ein Paris jenseits von Notre-Dame und Eiffelturm. Das *Monocle*-Team führt uns durch weniger bekannte Viertel und verrät die aufregendsten Orte zum Dinieren, Flanieren und Bummeln.



THE MONOCLE TRAVEL GUIDE SERIES

London 1

Von: Monocle
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, Lesebändchen, 148 Seiten, 14 x 21 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 18 (D)
ISBN: 978-3-89955-877-7 (NEU)



Für diesen Reiseführer hat das *Monocle*-Team seine persönlichen Favoriten zusammengestellt. Ein Guide für alle, die richtig in die Stadt eintauchen wollen, egal wie kurz ihr Besuch ist.



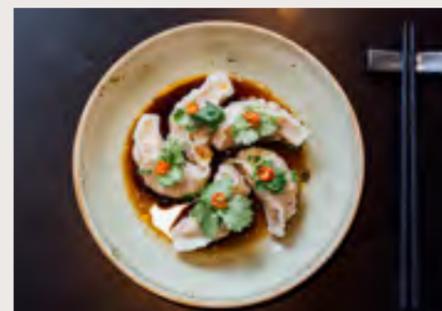
THE MONOCLE TRAVEL GUIDE SERIES

Hong Kong 4

Von: Monocle
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, Lesebändchen, 148 Seiten, 14 x 21 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 18 (D)
ISBN: 978-3-89955-876-0 (NEU)



Der *Travel Guide Hong Kong* versammelt jene Bars, Restaurants, Läden und Museen, an die man sich noch lange nach seiner Reise erinnert und gibt jede Menge lohnenswerte Tipps an die Hand.



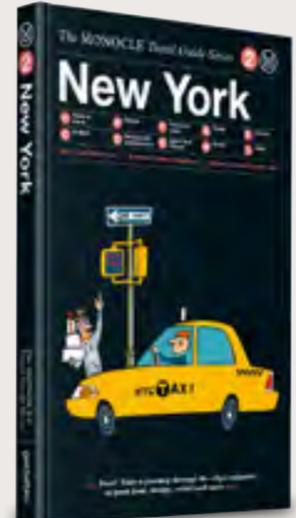
THE MONOCLE TRAVEL GUIDE SERIES

New York 2

Von: Monocle
Ausstattung: Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, Lesebändchen, 148 Seiten, 14 x 21 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 18 (D)
ISBN: 978-3-89955-878-4 (NEU)



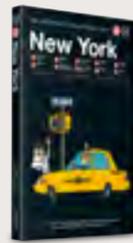
Das Team um Tyler Brûlé verrät in diesem Guide die spannendsten Insider-Tipps für New York. Dabei konzentriert sich *Monocle* auf die überraschenden Seiten der Stadt – und davon hat New York einige.





LONDON 1

Redaktion: Tyler Brülé,
Andrew Tuck, Nelly Gocheva
ISBN: 978-3-89955-877-7 (NEU)



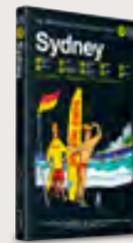
NEW YORK 2

Redaktion: Tyler Brülé,
Andrew Tuck, Nelly Gocheva
ISBN: 978-3-89955-878-4 (NEU)



TOKYO 3

Redaktion: Tyler Brülé,
Andrew Tuck, Nelly Gocheva
ISBN: 978-3-89955-574-5



SYDNEY 13

Redaktion: Tyler Brülé,
Andrew Tuck, Joe Pickard
ISBN: 978-3-89955-659-9



HONOLULU 14

Redaktion: Tyler Brülé,
Andrew Tuck, Joe Pickard
ISBN: 978-3-89955-660-5



COPENHAGEN 15

Redaktion: Tyler Brülé,
Andrew Tuck, Joe Pickard
ISBN: 978-3-89955-682-7



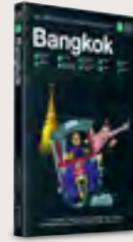
HONG KONG 4

Redaktion: Tyler Brülé,
Andrew Tuck, Nelly Gocheva
ISBN: 978-3-89955-876-0 (NEU)



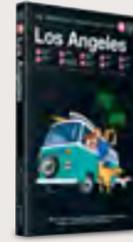
MADRID 5

Redaktion: Tyler Brülé,
Andrew Tuck, Nelly Gocheva
ISBN: 978-3-89955-624-7



BANGKOK 6

Redaktion: Tyler Brülé,
Andrew Tuck, Nelly Gocheva
ISBN: 978-3-89955-633-9



LOS ANGELES 16

Redaktion: Tyler Brülé,
Andrew Tuck, Joe Pickard
ISBN: 978-3-89955-680-3



TORONTO 17

Redaktion: Tyler Brülé,
Andrew Tuck, Joe Pickard
ISBN: 978-3-89955-683-4



BERLIN 18

Redaktion: Tyler Brülé,
Andrew Tuck, Joe Pickard
ISBN: 978-3-89955-679-7



ISTANBUL 7

Redaktion: Tyler Brülé,
Andrew Tuck, Sophie Grove,
Christopher Lord
ISBN: 978-3-89955-623-0



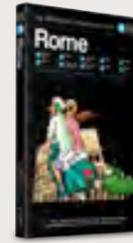
MIAMI 8

Redaktion: Tyler Brülé,
Andrew Tuck, Ed Stocker
ISBN: 978-3-89955-632-2



RIO DE JANEIRO 9

Redaktion: Tyler Brülé,
Andrew Tuck, Joe Pickard
ISBN: 978-3-89955-634-6



ROME 19

Redaktion: Tyler Brülé,
Andrew Tuck, Joe Pickard
ISBN: 978-3-89955-681-0



VENICE 20

Redaktion: Tyler Brülé,
Andrew Tuck, Joe Pickard
ISBN: 978-3-89955-903-3



AMSTERDAM 21

Redaktion: Tyler Brülé,
Andrew Tuck, Joe Pickard
ISBN: 978-3-89955-905-7



PARIS 10

Redaktion: Tyler Brülé,
Andrew Tuck, Joe Pickard
ISBN: 978-3-89955-875-3 (NEU)



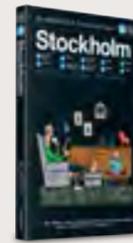
SINGAPORE 11

Redaktion: Tyler Brülé,
Andrew Tuck, Joe Pickard
ISBN: 978-3-89955-622-3



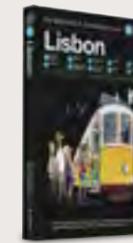
VIENNA 12

Redaktion: Tyler Brülé,
Andrew Tuck, Joe Pickard
ISBN: 978-3-89955-662-9



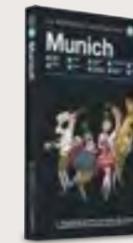
STOCKHOLM 22

Redaktion: Tyler Brülé,
Andrew Tuck, Joe Pickard
ISBN: 978-3-89955-904-0



LISBON 23

Redaktion: Tyler Brülé,
Andrew Tuck, Joe Pickard
ISBN: 978-3-89955-922-4



MUNICH 24

Redaktion: Tyler Brülé,
Andrew Tuck, Joe Pickard
ISBN: 978-3-89955-925-5



**MILAN 25**

Redaktion: Tyler Brülé,
Andrew Tuck, Joe Pickard
ISBN: 978-3-89955-923-1

**SAN FRANCISCO 26**

Redaktion: Tyler Brülé,
Andrew Tuck, Joe Pickard
ISBN: 978-3-89955-921-7

**KYOTO 27**

Redaktion: Tyler Brülé,
Andrew Tuck, Joe Pickard
ISBN: 978-3-89955-924-8

**CHICAGO 37**

Redaktion: Tyler Brülé,
Andrew Tuck, Joe Pickard
Ausstattung: Vollfarbig,
Hardcover, fadengebunden,
Leosebändchen,
148 Seiten, 14 x 21 cm
Sprache: Englisch
Preis: €18 (D)
ISBN: 978-3-89955-971-2

**SEOUL 28**

Redaktion: Tyler Brülé,
Andrew Tuck, Joe Pickard
ISBN: 978-3-89955-943-9

**BARCELONA 29**

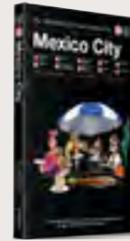
Redaktion: Tyler Brülé,
Andrew Tuck, Joe Pickard
ISBN: 978-3-89955-945-3

**BEIRUT 30**

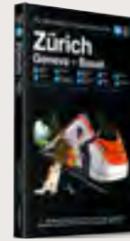
Redaktion: Tyler Brülé,
Andrew Tuck, Joe Pickard
ISBN: 978-3-89955-944-6

**MELBOURNE 31**

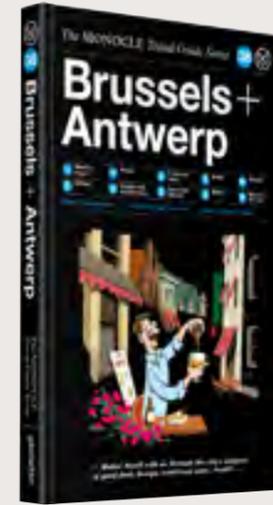
Redaktion: Tyler Brülé,
Andrew Tuck, Joe Pickard
ISBN: 978-3-89955-951-4

**MEXICO CITY 32**

Redaktion: Tyler Brülé,
Andrew Tuck, Joe Pickard
ISBN: 978-3-89955-949-1

**ZÜRICH
GENEVA + BASEL 33**

Redaktion: Tyler Brülé,
Andrew Tuck, Joe Pickard
ISBN: 978-3-89955-958-3

**BRUSSELS + ANTWERP 38**

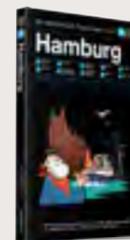
Redaktion: Tyler Brülé,
Andrew Tuck, Joe Pickard
Ausstattung: Vollfarbig,
Hardcover, fadengebunden,
Leosebändchen,
148 Seiten, 14 x 21 cm
Sprache: Englisch
Preis: €18 (D)
ISBN: 978-3-89955-973-6

**ATHENS 34**

Redaktion: Tyler Brülé,
Andrew Tuck, Joe Pickard
ISBN: 978-3-89955-959-0

**HELSINKI 35**

Redaktion: Tyler Brülé,
Andrew Tuck, Joe Pickard
ISBN: 978-3-89955-960-6

**HAMBURG 36**

Redaktion: Tyler Brülé,
Andrew Tuck, Joe Pickard
ISBN: 978-3-89955-970-5

**MARRAKECH 39
TANGIER + CASABLANCA**

Redaktion: Tyler Brülé,
Andrew Tuck, Joe Pickard
Ausstattung: Vollfarbig,
Hardcover, fadengebunden,
Leosebändchen,
148 Seiten, 14 x 21 cm
Sprache: Englisch
Preis: €18 (D)
ISBN: 978-3-89955-972-9



ERSCHEINT: HERBST 2019





STARTUP GUIDE

The Entrepreneur's Handbook

Von: Startup Guide
Ausstattung: Vollfarbig,
Softcover, 17 x 24 cm
Sprache: Englisch
Preis: € 20 (D)



STARTUP GUIDE AMSTERDAM

ca. 200 pages
ISBN: 978-3-947624-20-1



NEU

STARTUP GUIDE BANGKOK

200 pages
ISBN: 978-3-947624-24-9



STARTUP GUIDE BRUSSELS

ca. 200 pages
ISBN: 978-3-947624-27-0



NEU

STARTUP GUIDE CAIRO

200 pages
ISBN: 978-3-947624-18-8



STARTUP GUIDE FRANKFURT

260 pages
ISBN: 978-3-947624-09-6



STARTUP GUIDE HAMBURG

192 pages
ISBN: 978-3-947624-02-7



STARTUP GUIDE LOS ANGELES

200 pages
ISBN: 978-3-947624-13-3



STARTUP GUIDE MADRID

204 pages
ISBN: 978-3-947624-15-7



STARTUP GUIDE NEW YORK

268 pages
ISBN: 978-3-947624-06-5



STARTUP GUIDE NORDICS

328 pages
ISBN: 978-3-947624-05-8



STARTUP GUIDE SALT LAKE CITY

ca. 200 pages
ISBN: 978-87-947624-29-4



NEU

STARTUP GUIDE SINGAPORE

240 pages
ISBN: 978-3-947624-11-9



STARTUP GUIDE TOKYO

200 pages
ISBN: 978-3-947624-26-3



STARTUP GUIDE VALENCIA

196 pages
ISBN: 978-3-947624-08-9



STARTUP GUIDE BARCELONA

ca. 200 pages
ISBN: 978-3-947624-25-6



NEU

STARTUP GUIDE BERLIN VOL. 4

248 pages
ISBN: 978-3-947624-07-2



STARTUP GUIDE CAPE TOWN

200 pages
ISBN: 978-3-947624-12-6



STARTUP GUIDE COPENHAGEN VOL.2

224 pages
ISBN: 978-87-93412-06-4



STARTUP GUIDE JOHANNESBURG

200 pages
ISBN: 978-3-947624-17-1



STARTUP GUIDE LISBON

212 pages
ISBN: 978-87-93412-03-3



STARTUP GUIDE MIAMI

244 pages
ISBN: 978-3-947624-10-2



STARTUP GUIDE MUNICH VOL.2

212 pages
ISBN: 978-3-947624-14-0



STARTUP GUIDE OSLO

208 pages
ISBN: 978-87-93412-04-0



STARTUP GUIDE PARIS VOL. 2

200 pages
ISBN: 978-3-947624-19-5



STARTUP GUIDE STOCKHOLM VOL.2

204 pages
ISBN: 978-3-947624-04-1



STARTUP GUIDE SWITZERLAND

ca. 288 pages
ISBN: 978-87-947624-28-7



NEU

STARTUP GUIDE VIENNA

228 pages
ISBN: 978-87-93412-08-8



Wie tickt die Start-up-Szene? Wo findet man innovative Coworking-Spaces? Welche Tipps geben erfolgreiche Gründer? Jeder *Startup Guide* vereint praktische Informationen mit aufschlussreichen Interviews. So werden Businessideen überall auf der Welt Realität!

Die *Startup Guides* basieren auf der Annahme, dass sich die Arbeitswelt verändert, wenn immer mehr Menschen ihre eigenen Firmen gründen. Jeder Guide gibt eine umfassende Übersicht über die Voraussetzungen verschiedener Städte, um Unternehmern die Start-up-Szenen rund um die Welt näher zu bringen. Die Handbücher werden zusammen mit den Communities in den jeweiligen Städten entwickelt und stellen die spannendsten Start-ups, Programme, Coworking-Spaces, Universitäten und Investoren vor. Mittlerweile gibt es mehr als 20 *Startup Guides* über Städte auf drei Kontinenten – von Berlin über Tel Aviv bis New York.

In den Guides finden sich nicht nur wertvolle Informationen zu den Bedingungen vor Ort, sondern auch Tipps und Tricks zur Gründung, Geschichten und Erfahrungen von Gründern und Experten und inspirierende Case Studies. Jedes Buch hat dabei sieben Kapitel:

Start-ups: Eine Auswahl an innovativen Geschäftsmodellen und Start-ups

Programme: Lokale Accelerator und Inkubatoren, die jungen Start-ups helfen schnell und erfolgreich zu wachsen

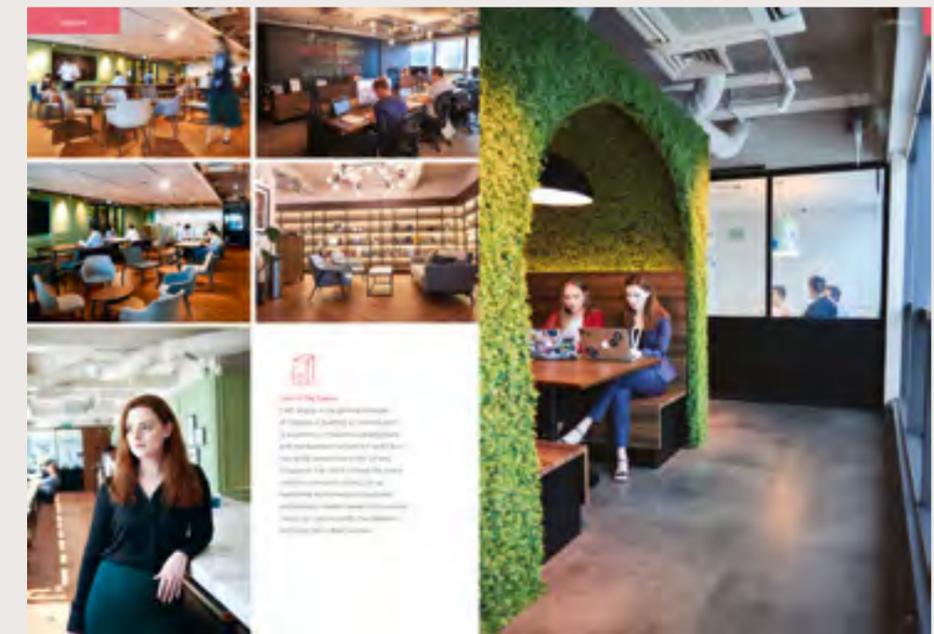
Spaces: Die beliebtesten Coworking-Spaces der Stadt

Experten: Wertvolle Erfahrungen und Tipps für junge Start-ups von etablierten Firmen

Gründer: Q&As sowie interessante Einblicke aus erster Hand

Bildung: Etablierte Universitäten, Schulen und Fortbildungsprogramme mit Fokus auf Entrepreneurship und Innovation

Investoren: Firmen und Organisationen, die in Start-ups investieren und die wichtigsten Kriterien für erfolgreiche Businesses teilen



A-Z INDEX

A	INFORMATION _____	30	PORSCHE 911 _____	66
ABRAHAMS KÜCHE _____	INSIDERS & COMPANY _____	19	R	
AFRICA RISING _____	INSIDE UTOPIA _____	19	RAUMWUNDER _____	18
ALLEIN _____	INTELLIGENT LIFESTYLE MAGAZINE, THE _____	28	RAUS AUFS LAND _____	72
APPETIZER _____	ISAY WEINFELD _____	19	REMOTE PLACES TO STAY _____	20/61
AUTOBAN _____			RICARDO BOFILL _____	19
	J		RIDE OUT! _____	64
B	JUNGBRUNNEN _____	38	RIDE 2ND GEAR, THE _____	64
BADEN BADEN _____	JUNGES GEMÜSE _____	70	ROCK THE BOAT _____	20/67
BEAUTIFUL MACHINES _____	JUST MARRIED _____	47	ROCK THE SHACK _____	20/67
BEYOND THE WEST _____				
BON VOYAGE _____	K		S	
BORN-FREE _____	KINDERKRAM _____	18	SAILING THE SEAS _____	56
BRUMMM #4 _____	KITCHEN LIVING _____	18	SCANDINAVIA DREAMING _____	19
BUILDING BETTER _____			SCHMUCKE STUBE! _____	18
	L		SCHÖNER TANKEN _____	66
C	LEARN FOR LIFE _____	18	SHE SURF _____	52
CAUSE AND EFFECT _____	LESS AND MORE _____	46	SHOPKEEPERS, THE _____	21
CLIFFHANGER _____	LESS BUT BETTER _____	46	SHOPLIFTER! _____	21
CONTAINER ATLAS _____	LIVING UNDER THE SUN _____	20/65	START ME UP! _____	30
CURRENT, THE _____	LOS LOGOS 7 _____	31	STARTUP GUIDE _____	84
	LOS LOGOS 8 _____	31	STAY FOR BREAKFAST _____	72
			STILL LIFE, THE _____	30
D	M		STORY OF EAMES FURNITURE, THE _____	47
DELICIOUS PLACES _____	MAISON MONDÁN _____	19	STORY ON A PLATE _____	73
DELICIOUS WINTERTIME _____	MAP OF THE WORLD, A _____	26	STREBEN NACH VOLLKOMMENHEIT, DAS _____	36
DESIGNING NEWS _____	MAP OF THE WORLD, A _____	31	SUPER BUDEN _____	18
DO YOU READ ME? _____	MITTELMEER MODERNE _____	17	SUPER-MODIFIED _____	30
DREAMSCAPES _____	MONOCLE GUIDE SERIES, THE _____	45	SURF ODYSSEY _____	65
DRIVE, THE _____	MONOCLE GUIDE TO BETTER LIVING, THE _____	45	SURF SHACKS _____	65
	MONOCLE GUIDE TO BUILDING _____			
	BETTER CITIES, THE _____	45	T	
E	MONOCLE GUIDE TO COSY HOMES, THE _____	45	TALE OF TOMORROW, THE _____	19
EAT THE SUN _____	MONOCLE GUIDE TO DRINKING & DINING, THE _____	45	TAXING ART _____	31
ESSENCE, THE _____	MONOCLE GUIDE TO GOOD BUSINESS, THE _____	45	TOUCH, THE _____	15
EVERGREEN _____	MONOCLE GUIDE TO HOTELS, _____		TWO WHEELS SOUTH _____	64
	INNS AND HIDEAWAYS, THE _____	44		
F	MONOCLE GUIDE TO SHOPS, KIOSKS _____		U	
FAST FORWARD _____	AND MARKETS, THE _____	44	UPGRADE _____	18
FERNWEH _____	MONOCLE TRAVEL GUIDE SERIES, THE _____	78	UPSTART! _____	30
FLY FISHER, THE _____	MR HUDSON UNTERWEGS _____	77		
FOREVER MORE _____			V	
FOREVER _____			VELO CITY _____	64
			VELO 3RD GEAR _____	64
G	N		VISUAL FEAST _____	31
GARTEN EDEN, DER _____	NEW LUXURY, THE _____	43	VISUAL JOURNALISM _____	28
GENTLEMEN, START YOUR ENGINES! _____	NEW NOMADS, THE _____	20/66		
GRAND HOSTELS, THE _____	NEW OUTSIDERS, THE _____	65	W	
GRAPHIC RECORDING _____	NEWSPAPER DESIGN _____	28	WANDERLUST USA _____	59
GREAT OUTDOORS, THE _____	NEW TRADITIONAL, THE _____	54	WANDERLUST _____	58
	NORDIC BY NATURE _____	72	WILDSIDE _____	65
	NORTHERN COMFORT _____	19	WORKSCAPE _____	21
H	O			
HALLO ICH BIN ERIK _____	OFF THE ROAD _____	66	Y	
HIDE AND SEEK _____	ONE YEAR ON A BIKE _____	64	YOU'RE INVITED! _____	30
HIGH ON DESIGN _____	OUT OF THE BOX! _____	21		
HINTERLAND, THE _____	OUTSIDERS, THE _____	65	Z	
HIT THE ROAD _____			ZAUBERHÜTTEN _____	20/67
HOME UPGRADE, THE _____	P			
HOUSE OF GLAM, THE _____	PENCIL PERFECT, THE _____	47		
HOUSE OF GLAM, THE _____	PHOTOVIZ _____	30		
HOW TO MAKE A NATION: A MONOCLE GUIDE _____	POOR COLLECTOR'S GUIDE TO _____			
	BUYING GREAT ART, A _____	31		
I				
ILLUSIVE _____				
INCOMPLETE, THE _____				

gestalten

Headquarter

Die Gestalten Verlag GmbH & Co. KG
Mariannenstraße 9–10
D-10999 Berlin
Tel. +49 (0)30 72 61 32 000
Fax +49 (0)30 72 61 32 222
sales@gestalten.com

UK

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

USA

Gestalten Corp.
c/o Roedl LdK LLP
747 Third Ave 4th Fl
New York, NY 10017
USA
USenquiries@gestalten.com

foreign rights

Die Gestalten Verlag GmbH & Co. KG
Mariannenstraße 9–10
D-10999 Berlin
Tel. +49 (0)30 72 61 32 000
Fax +49 (0)30 72 61 32 222
foreignrights@gestalten.com

außendienst

Deutschland Ost / Nord

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

Süd

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

NRW

Pillunat Verlagsvertretungen
Anne-Katrin und Jörg Pillunat
Im Grund 50
58313 Herdecke
Tel. +49 (0) 2330 97 42 35
Fax. +49 (0) 2330 97 42 36
buero@dieverlagsvertretung.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

auslieferung

Deutschland/Österreich/ Niederlande/Skandinavien/ Süd- und Osteuropa

LKG
Achim Lenfant
An der Südspitze 1–12
D-04571 Rötha
Tel. +49 (0)34 206 65 134
Fax +49 (0)34 206 65 110
achim.lenfant@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

presse

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

Deutschland/Österreich/Schweiz

Anna Terhoeven
Tel. +49 (0)30 72 61 32 205
a.terhoeven@gestalten.com

International

Tatiana Michaelis
Tel. +49 (0)30 72 61 32 203
t.michaelis@gestalten.com

gestalten.com

hello@gestalten.com
www.gestalten.com/blogs/journal
www.instagram.com/gestalten
www.facebook.com/gestalten
www.twitter.com/gestaltennews

Möchten Sie regelmäßig über
Neuerscheinungen informiert werden?
Abonnieren Sie unseren Newsletter:
gstl.tn/stayinspired

impressum

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

Änderungen bei Titeln, Ausstattung, Design, Preisen und Erscheinungsterminen vorbehalten.
Redaktionsstand: Oktober 2019

Umschlagabbildungen:
Erik Madigan Heck

Kapitelabbildungen:
Architecture & Interior – S. 4–5 aus *The Touch*, Foto von Salva López;
Visual Culture – S. 22–23 aus *Eat the Sun*, Foto von Floria Sigismondini;
Design & Fashion – S. 30–31 aus *The New Luxury*, Fotos von David Sims / PALACE; Escape – S. 46–47 aus *Fernweh*, Foto von Cody Duncan;
Food & Beverage – S. 66–67 aus *Delicious Wintertime*, Foto von Steffen Schulte Lippert;
Travel – S. 72–73 aus *Ride Out!*, Foto von Archie Leeming

Monocle Travel Guide Bilder:
S. 78, oben – Paris, by istock/Francois Cavelier; S. 78, unten – Hong Kong, Hong Kong, by Lit Ma; S. 79, oben – London, by Andrew Urwin; S. 79, unten – New York, by Weston Wells; S. 80, unten links – Vienna, by Stefan Fürtbauer; S. 80, unten rechts – Paris, by istock/Francois Cavelier; S. 81, unten links – Hong Kong, by Lit Ma; S. 81, unten rechts – London by istock/Ben Quinton; S. 82, unten links – San Francisco, by Istock/diegograndi; S. 82, unten rechts – Tokyo, by Kohei Take; S. 83, oben – Chicago, by iStock/Frankreporter; S. 83, mittig – Brussels, by iStock/Andrey Danilovich; S. 83, unten – Marrakech, by iStock/mariusz_prusaczyk;

Schrift: Ovink von Sofie Beier,
Malaussène Translation von Laure Afchain

© Die Gestalten Verlag
GmbH & Co. KG, Berlin

All rights reserved.

Deutsche Ausgabe ISBN:
978-3-89955-129-7



Englische Ausgabe
ISBN: 978-3-89955-130-3
Französische Ausgabe
ISBN: 978-3-89955-133-4

Das für diesen Katalog verwendete
Papier ist zertifiziert nach dem
Standard des FSC®.

