

KATALOG/CATALOGUE
SPRING SUMMER 2012

RISING
DAAB
CORPORATE COLLECTIONS
BRIGHT!
ART & CULTURE
ARTISTICO

LOOK OUT!

PRIDE AND GLORY

SHOE YOU!

SECOND SKIN

NEW ON THE CATWALK

NEXT LEVEL

FRESH III

GO WEST!

CROSSING CHINA

AI WEIWEI

SUPERLATIVE EMIRATES

FUTURISTIC

ZEITGEIST

BELOW SEA LEVEL

ARCHI-TECTONICS

PAOLA NAVONE

THE SECRET SOCIETY

FOR WHICH IT STANDS

THE WILD HORSES OF SABLE ISLAND

ROUGH LUXE DESIGN

SKULL STYLE

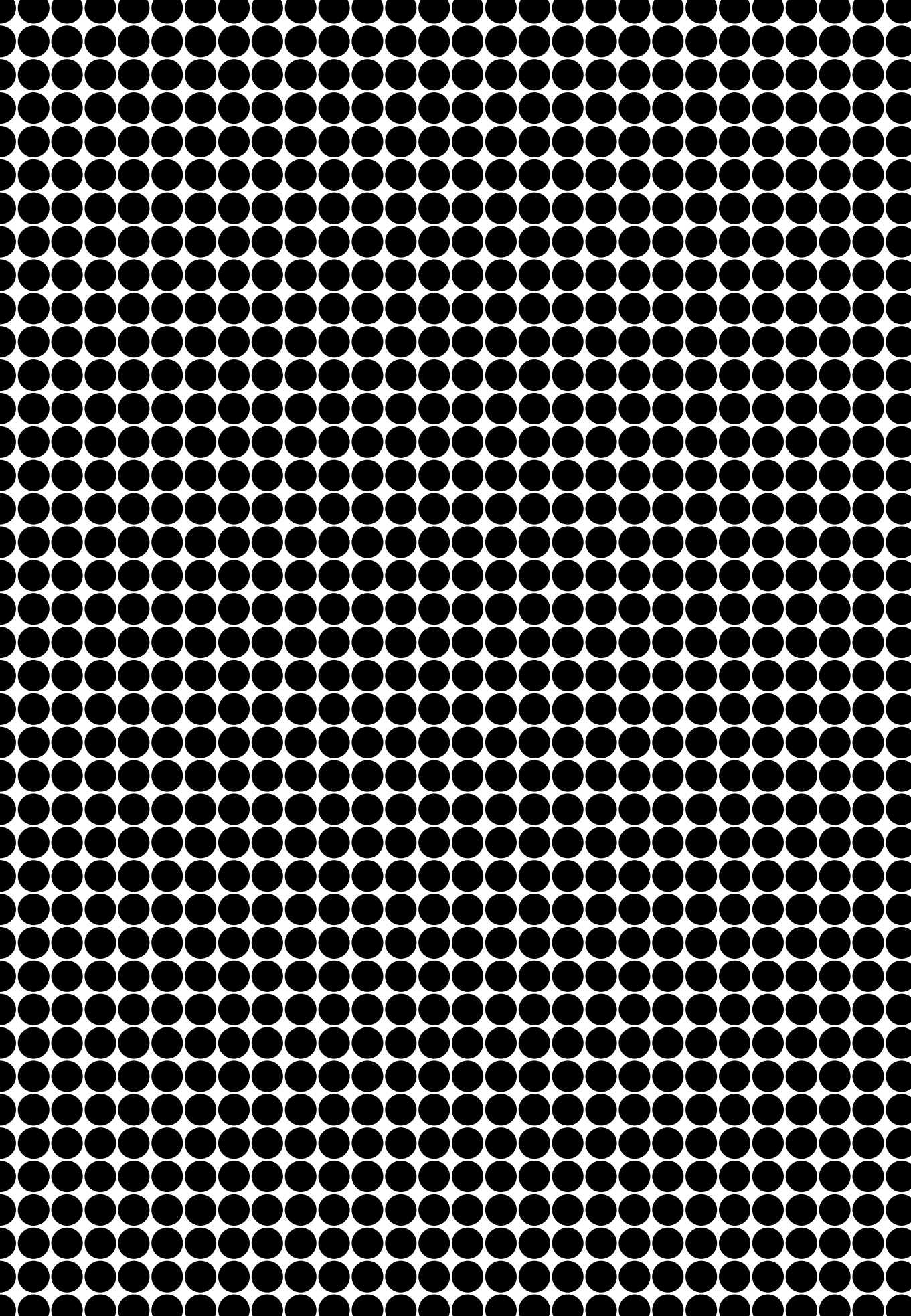
DESIGN BEHIND DESIRE

OBJECTS OF DESIRE

JEWELS OF TIME

FAST FORWARD: FASHION





LOOK OUT!



For more than a year we, with the support of a small and exclusive team, have been developing interesting books on architecture, art, and culture. After the monographs on AI WEIWEI, PAOLA NAVONE, and ARCHITECTONICS that appeared in early 2011, this summer we published FRESH and RISING. Both titles have met with a lot of attention among experts and public alike. We are very pleased about this, as lots of effort and solicitude went into the production of these books.

In the fall of 2011 five more titles will be available, which also have been selected very carefully and with a fine antenna for nuances: GOWEST!, SECOND SKIN, NEW ON THE CATWALK, FUTURISTIC, and SUPERLATIVE EMIRATES.

The year of 2012 we will start with a selection of five exciting books, each one with a special make-up that corresponds with the respective subject. Our journey will take us from the world of Rockers jackets and shoe maniacs to typography as a form of art, corporate art collections, and Brazil's creative scene. We are very glad to cooperate with competent partners once again. PRIDE AND GLORY, SHOE YOU!, bright!, CORPORATE COLLECTIONS, and ARTISTICO promise exciting insights into the world of fashion, art, design, and culture.

In order to expand our program, we have taken over the worldwide distribution of FARAMEH publishers, which was recently founded in New York and will have its debut with THE CURATED COLLECTION at the 2011 Frankfurt Book fair.

Remain curious!

Seit gut einem Jahr arbeiten wir mit einem kleinen, exklusiven Team daran, interessante Bücher aus den Bereichen Architektur, Kunst und Kultur zu entwickeln. Nach den bereits Anfang 2011 erschienenen Monographien von AI WEIWEI, PAOLA NAVONE und ARCHITECTONICS haben wir im Sommer 2011 FRESH und RISING veröffentlicht. Beide Titel haben sowohl von der Fachwelt als auch von den Kunden bereits große Aufmerksamkeit erhalten. Das erfüllt uns besonders mit Freude, da diese Bücher mit einem sehr hohen Aufwand ausgewählt und kuratiert wurden.

Im Herbst 2011 kommen fünf weitere Titel in den Handel, die ebenfalls mit sehr viel Sorgfalt und Gespür ausgewählt wurden: GOWEST!, SECOND SKIN, NEW ON THE CATWALK, FUTURISTIC und SUPERLATIVE EMIRATES.

Das Jahr 2012 beginnen wir mit einer Auswahl von fünf spannenden Büchern, die, jeweils dem Thema angepasst, in einer außergewöhnlichen Ausstattung präsentiert werden. Wir bewegen uns von der Welt der Rockersjacken und Schuh-Maniacs über die Schwelle von Typografie als Kunst und von Kunstsammlungen großer Unternehmen bis in die kreative Szene Brasiliens. Wir freuen uns ganz besonders, auch hier wieder mit kompetenten Partnern zusammenzuarbeiten. PRIDE AND GLORY, SHOE YOU!, bright!, CORPORATE COLLECTIONS und ARTISTICO versprechen einen spannenden Einblick in Mode, Kunst, Design und Kultur.

Als Erweiterung unseres Programms haben wir den weltweiten Vertrieb für den neu gegründeten New Yorker Verlag FARAMEH übernommen, der mit THE CURATED COLLECTION sein Debüt auf der Frankfurter Buchmesse 2011 gibt.

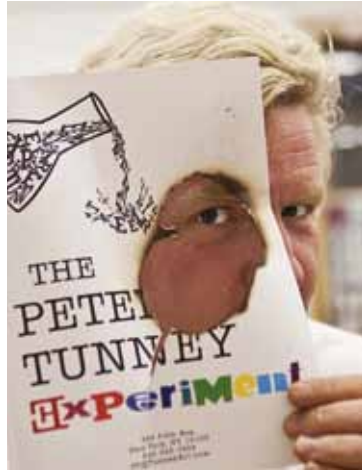
Bleiben Sie neugierig!

Anja & Ralf Daab

DAAB ART & CULTURE

24

An interview with Horst A. Friedrichs about Rockers and their jackets



6

Peter Tunney and his vision about creativity



1 EDITORIAL

2 CONTENT

4 CONTRIBUTORS

6 PETER TUNNEY
Interview

12 OLAF SALIÉ
Interview

24 HORST A. FRIEDRICHS
Interview

48 THE ROUGH LUXE
MOVEMENT

50 PATRICE FAREMEH
Interview



50

Patrice Faraméh about SKULL STYLE

12

We talked with Olaf Salié about his passion for art



48

The ROUGH LUXE MOVEMENT

SPRING / SUMMER 2012

16 RISING
Young Artists
to Keep an Eye On!

18 CORPORATE
COLLECTIONS

20 BRIGHT!
Typography between
Illustration and Art

22 ARTISTICO
The Brazilian Way

26 PRIDE AND GLORY
The Rockers' Jacket

28 SHOE YOU!
The Art of Walking

30 SECOND SKIN
The Erotic Art of Lingerie

31 NEW ON THE
CATWALK
Emerging Fashion Labels

32 NEXT LEVEL
INDIE GAMES

33 FRESH-FIII
Cutting-Edge Illustrations

34 GOWEST!
Cutting-Edge Creatives
in the United States

35 CROSSING CHINA
Land of the Rising Art Scene

36 AI WEIWEI
Architecture

38 SUPERLATIVE
EMIRATES
The New Dimension of
Urban Design

39 FUTURISTIC
Visions of Future Living

40 ZEITGEIST
Modern Architecture and
Design in Germany

41 BELOW SEA LEVEL
Modern Architecture and
Design in The Netherlands

42 ARCHITECTONICS

43 PAOLA NAVONE



Ron English
in GOWEST!

THE CURATED COLLECTION™

45 THE SECRET SOCIETY
Modern Speakeasy Style
and Design

46 FOR WHICH IT
STANDS
The American Flag in
Contemporary Art

47 THE WILD HORSES
OF SABLE ISLAND

49 ROUGH LUXE DESIGN
The New Love of Old

51 SKULL STYLE
Skulls in Contemporary Art
and Design

52 DESIGN BEHIND
DESIRE
The Sensuous Textures
of Wanting

53 OBJECTS OF DESIRE
Desire is What Leads You
Through Life

54 JEWELS OF TIME
The World of Women's
Watches

55 FAST FORWARD:
FASHION
Where Fashion Defies
Function





LARS HARMSEN

Lars Harmsen (diplomaed designer) studied visual communications at the HS Pforzheim. He is CEO of MAGMA Brand Design, having founded the company together with Uli Weiß. At the beginning of this summer term he accepted a professorship for design/typography and layout at the school of design at the FH Dortmund.

Lars Harmsen (Dipl.-Designer) hat Visuelle Kommunikation an der HS Pforzheim studiert. Er ist Geschäftsführer von MAGMA Brand Design und hat das Unternehmen gemeinsam mit Uli Weiß gegründet. Er hat zu Beginn des diesjährigen Sommersemesters eine Professur für Konzeption und Entwurf / Typografie und Layout im Fachbereich Design an der FH Dortmund angetreten.

CHRISTIANE BLASS

With enthusiasm as well as experience, Christiane Blass has been supporting DAAB publishers as a freelance editor-in-chief and project manager since 2011. After taking her degree in the literary studies, she worked first as a trainee then as a picture editor for Hardenberg publishers in Dortmund, before starting as an editor for Taschen publishers in Cologne, where she remained for five years and was responsible for many national and international publications. In 1998 Christiane Blass opened her own editorial office in Cologne. Among her clients are publishers like Taschen, DuMont, Bertelsmann, Deutsche Standards Editionen, Wienand, or Fleurus, but also museums, agencies, and customers from the corporate world.



Mit ebenso viel Leidenschaft wie Erfahrung steht Christiane Blass dem DAAB Verlag seit 2011 als freie berufliche Cheflektorin und Projektmanagerin zur Verfügung. Die studierte Literaturwissenschaftlerin hat im Harenberg Verlag in Dortmund ihr Volontariat absolviert und anschließend dort als Bildredakteurin gearbeitet, bevor sie als Lektorin zum Kölner Taschen Verlag wechselte. Dort blieb sie 5 Jahre und betreute viele nationale und internationale Publikationen. Seit 1998 ist Christiane Blass mit einem Redaktionsbüro in Köln selbstständig. Zu ihrem Kundenkreis gehören Verlage wie Taschen, DuMont, Bertelsmann, Deutsche Standards Editionen, Wienand oder Fleurus, aber auch Museen, Agenturen, Industrie- und Wirtschaftskunden.

OLAF SALIÉ

The editor Olaf Salié studied German and Romance Languages in Bochum, Tours and Paris. He organized his first shows of young art while still a student and at the beginning of the 1990s founded the exhibition format Kunst im privaten Raum. Since 2002 he has organized and staged regular exhibitions in Cologne's Mediapark under the title Eine Woche junge Kunst, at the same time putting artists in touch with collectors and studio spaces. He initiated and co-founded the art association Kunstverein Kirschenpflücker e.V., which since 2007 has been running the highly-regarded Rundblick exhibition series in the Temporary Gallery, Cologne. Salié works full-time as managing editor-in-chief of the Cologne-based business publisher Deutsche Standards Editionen. For DAAB Publishing he edited RISING and is joint editor of the coming book CORPORATE COLLECTIONS.

Der Herausgeber Olaf Salié studierte Germanistik und Romanistik in Bochum, Tours und Paris. Bereits als Student organisierte er erste Ausstellungen junger Kunst und begründete Anfang der 90er-Jahre das Format „Kunst im privaten Raum“. Seit 2002 veranstaltet und organisiert er unter dem Titel „Eine Woche junge Kunst“ regelmäßig Ausstellungen im Kölner Mediapark, vermittelt parallel Sammlerkontakte und Atelierräume. Er hat den Kunstverein Kirschenpflücker e.V. initiiert und mitbegründet, welcher seit 2007 die viel beachtete Ausstellungsreihe „Rundblick“ in der Temporary Gallery Cologne veranstaltet. Hauptberuflich arbeitet Salié als geschäftsführender Chefredakteur des Wirtschaftsverlags Deutsche Standards Editionen in Köln. Für den DAAB Verlag hat er RISING herausgegeben und ist Mitherausgeber des neuen Titels CORPORATE COLLECTIONS.



PATRICE FARAMEH

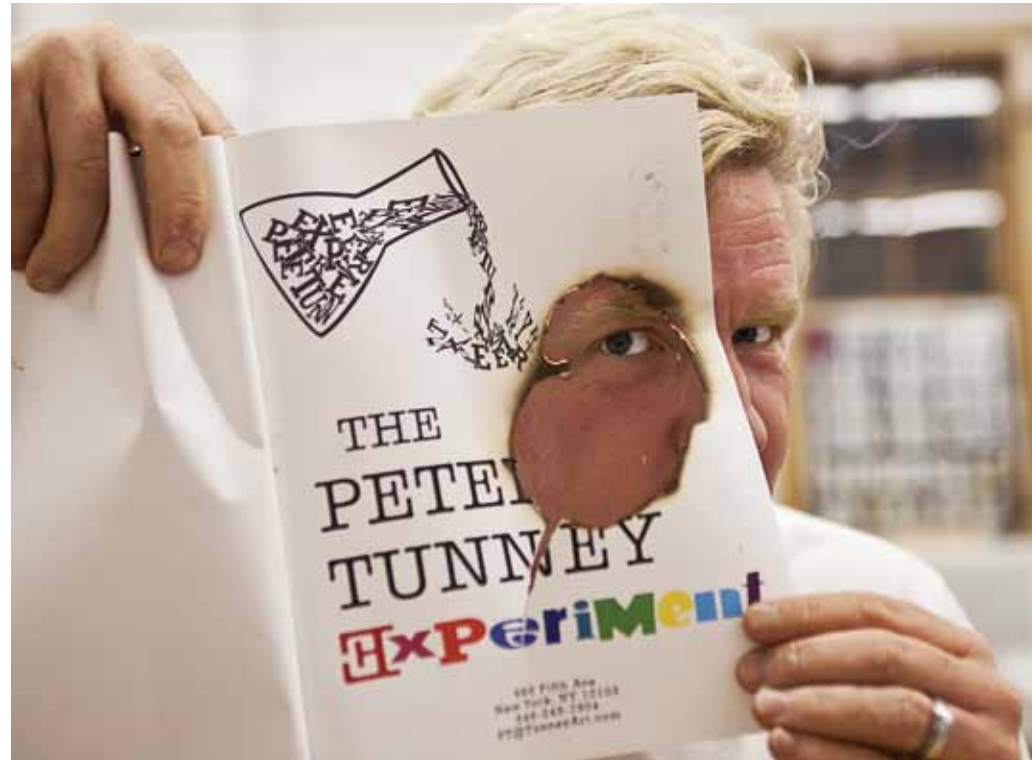
Patrice Faraméh's broad expertise in publishing has developed over a decade working in digital media and book production. Beginning her career when digital media was still a promising fringe sector, Patrice worked as project manager for some of the most successful European internet companies. From that point on, she has established herself as a leader in media production, development and marketing. Throughout her career she has written about design, architecture, luxury and lifestyle as well as edited numerous titles for international book publishers. For DAAB publishing she edited GOWEST!, NEW ON THE CATWALK, and SECOND SKIN. And DAAB is the exclusive distributor of FARAMEH MEDIA books worldwide.

Patrice Faraméh's breit gefächerte Erfahrung im Publishing-Sektor entwickelte sich im Laufe ihrer mehr als zehnjährigen Arbeit mit digitalen Medien und Buchproduktionen. Zu Anfang ihrer Karriere – digitale Medien galten noch als vielversprechende Randerscheinung – war Patrice Faraméh Projektmanagerin bei einigen der erfolgreichsten europäischen Internetfirmen. In der Folgezeit etablierte sie sich als führende Kraft in der Medienlandschaft. Seit Beginn ihrer Laufbahn schreibt sie über Design, Architektur, Luxusgüter und Lifestyle. Für internationale Buchverlage übernahm sie die Redaktion zahlreicher Titel. Jüngstes Resultat ihrer doppelten Leidenschaft für Lifestyle und Publishing ist die Gründung von Faraméh Media in New York City. DAAB betreut exklusiv den weltweiten Vertrieb der Buchproduktionen von FARAMEH MEDIA.

PETER TUNNEY

PATRICE FARAMEH
in conversation with
PETER TUNNEY

featured in [GOWEST!](#)



Never believing in doing anything ordinary, Peter finds new ways to “sign” his book by burning it.

THAT’S TRUE
CREATIVITY: TAKING
SOMETHING THAT’S
DISCARDED AND
MAKING IT
INTO SOMETHING
OF VALUE.



E

The word—creativity—is packed with so much meaning for different people. For some, it’s just a kind of pure and divine artistic ability; for others, it’s like some sort of spontaneous self-expression that is rebellious and non-conforming in nature. How would someone who lives and breathes creativity define it?

First, I don’t like the definition with the word ‘create’ in it. Creativity is making something out of nothing, or taking the least of wonderful things and making it the most of wonderful things. That’s true creativity: Taking something that’s discarded and making it into something of value. But it seems that today’s most creative art superstars are making more money than ever before in history.

Happily, there are simply more people today that are truly interested in art and in the art world than ever before in the history of man. We live in a world of celebrity, especially in this country where that fuels the creative industry. It’s probably better to be a living artist than a dead artist these days in terms of marketing and self-promotion opportunities. In the States you can connect to the right people and with the right media attention, climb up the social hierarchical pecking order of the creative world you’re buying into.

It reminds me of something Sigmund Freud said, that “creativity rises as a result of frustrated desires of fame, fortune and love, with the energy that was previously tied up in frustration and emotional tension in the neurosis being sublimated in creative activity.”

That’s not the whole truth, especially when it comes down to creativity as an expression. There should be a rationale for what you’re doing. Like Freud said, at times I feel that there are some frustrated neuroses that are relieved in me when I do something creative. If I had a billion dollars, I’d still do this anyway. I have to. There is just a simple burning desire to make something, produce something. Unfulfilled creativity leads to frustration and unhappiness. I almost feel guilty when I’m not producing anything.

And which city do you think is the best place to foster this creative ambition?

America is an unbelievable hotbed of creative activity; everything running the world right now has come out of America. If you were a creative person coming to America from anyplace in the world, you would have to go to New York. I don’t know why but that’s how it is. Here the pot is really boiling. This is where the action is happening in the creative world. That doesn’t mean the objects are fantastic only in New York, but one could argue that the objects are fantastic because it’s luring the other creative people into the city.

But I read recently some really sad statistics that creativity in children is 20% lower in this country in just the past decade.

I believe it. I remember when I was seven we were all asked to draw a turkey with our hand. Some kid drew it with a big blue penis coming out of it and he got sat in the corner. The other kid who drew it perfect got an A. By the time you’re 10 you’re all trying to draw it like that kid who got an A. This world knocks creativity out of you. It’s a very hard thing today more than ever to have the space and the place to create stuff and then give yourself time to let it percolate.

What is your daily mantra for aspiring young artists today?

This is serious business. This is like my heart, my soul and my guts. Every single day I try to do the best I’ve ever done. In any little project that comes to me, I really



Peter Tunney's studio in New York

want to crack the code. I really want to do a good job. And I know what I need to do that. I need to clear out some of the noise and then bang—it comes in.

What should a person expect to go through to prepare for a creative career?

Any creative person would tell you that the art is to make it look effortless. Don't ever let them see you sweat or crying like a baby. The way that you do it is that you're genuinely passionate and thrilled with what you're doing even when you're getting hammered like a nail every day.

What do you think inspires that divine channeling of creativity?

My best creativity comes for me when I'm completely clear, well-read, meditative, focused and in a quiet place. What is the best example of creativity you have ever seen?

The Creator that made the forest and the jaguars and the worms. Have you ever really looked around this beautiful world? The trees take water from 200 feet below where things are seeping through this ground, the thousands of heavenly scents from thousands of flowers with thousands of butterflies that pollinate those flowers. Just look at the forest with its 50,000 different kinds of flowers that all smell differently with incredible scents from heaven that no one has ever smelled before with 75,000 different kinds of butterflies. This is where the sun is 92 million miles away, just far enough that you can get a tan but not too close where you would burn to an ash. They asked Einstein once, "If you could ask the Creator one question what would you ask him?" He replied without any hesitation, "I would simply ask him, could you have done it any other way? Was this the only solution?"

INTERVIEW

Es scheint aber, dass die kreativen Superstars der Kunstszene heute mehr Geld verdienen als je zuvor.

Zum Glück gibt es heute mehr Menschen als je zuvor in unserer Geschichte, die sich wirklich für Kunst und die Kunstwelt interessieren. Wir leben in einer Celebrity-Welt, und das ist vor allem in diesem Land (USA) der Motor für die kreativen Branchen. Es ist heutzutage wahrscheinlich besser, ein lebender Künstler zu sein als ein toter, was die Möglichkeiten zur Selbstvermarktung angeht. In den USA kann man mit den richtigen Verbindungen zu den richtigen Leuten und mit der richtigen Medienwirksamkeit die soziale Leiter der kreativen Welt erklimmen, die man sich auserkoren hat. Das erinnert mich an etwas, das Sigmund Freud gesagt hat: Kreativität entstehe aus dem frustrierten Streben nach Ruhm, Reichtum und Liebe. Die Energie, die zuvor in der Frustration und emotionalen Anspannung der Neurose verkettet gewesen sei, werde zu kreativem Schaffen sublimiert.

Das ist nicht die ganze Wahrheit. Es sollte einen Grund für alles geben, was man tut. Wie Freud vermutete, spüre ich manchmal gewisse neurotische Frustrationen in mir, die abgebaut werden, wenn ich kreativ bin. Selbst wenn ich eine Milliarde Dollar hätte, würde ich immer noch tun, was ich jetzt tue. Ich muss. Es gibt einfach ein brennendes Verlangen danach, etwas herzustellen. Unerfüllte Kreativität führt zu Frustration und Unzufriedenheit. Ich habe beinahe Schuldgefühle, wenn ich nichts herstelle.

Und welche Stadt eignet sich Ihrer Meinung nach am besten, um diesen kreativen Ehrgeiz zu fördern?

Amerika ist eine unglaubliche Brutstätte für kreatives Schaffen. Alles, was derzeit die Welt regiert, kommt aus Amerika. Wer als kreativer Mensch aus irgendeinem Ort der Welt nach Amerika kommt, muss nach New York gehen. Ich weiß nicht, warum, aber so ist es nun mal. Hier ist der Kessel wirklich am Kochen. Hier laufen die Fäden der kreativen Welt zusammen. Das heißt nicht, dass es nur in New York fantastische Objekte gibt, aber man könnte sagen, die Objekte sind fantastisch, weil sie andere kreative Menschen in die Stadt locken.

Und dennoch habe ich vor kurzem eine wirklich traurige Statistik gelesen: Danach soll die Kreativität von Kindern in diesem Land allein im letzten Jahrzehnt um 20% gefallen sein.

D

Jeder versteht unter dem Wort Kreativität etwas anderes. Für die einen ist sie eine reine, gottgegebene, künstlerische Befähigung; für andere ist sie eine Art des spontanen Selbstausdrucks, dem Wesen nach rebellisch und antikonformistisch. Wie würde jemand Kreativität definieren, der sie lebt und atmet?

Es gibt so viele verschiedene Arten, Kreativität zu beurteilen. Eine Menge zweitrangiger Ramsch auf dem Markt ist durchaus erfolgreich. So genannte Schauspielerinnen haben riesige Einschaltquoten im Fernsehen, sind aber ganz bestimmt keine Oscar-Anwärterinnen. Oder Charlie Sheen, ein höchstbezahlter Schauspieler in der Rolle eines betrunkenen Schürzenhelden. Da imitiert die Kunst das Leben und bringt dem Sender die Quoten und zwei Millionen pro Folge ein. Wer am besten bezahlt wird, ist nicht unbedingt der Beste. Nicht alles kann mit Geld bewertet werden.



wunderschönen Welt mal wirklich umgesehen? Bäume beziehen Wasser aus einer Tiefe von über 60 Metern aus diesem Erdboden, der alles aufnimmt; die Tausende von himmlischen Düften von Tausenden von Blumen mit Tausenden von Schmetterlingen, die diese Blumen befruchten. Schauen Sie sich nur mal den Wald an mit seinen 75.000 verschiedenen Arten von Schmetterlingen und mit seinen 50.000 verschiedenen Arten von Blumen, die alle anders riechen und unglaubliche Düfte des Himmels verströmen, die niemand jemals zuvor gerochen hat. Hier ist die Sonne 92 Millionen Meilen weit entfernt, gerade weit genug, um ein bisschen braun zu werden, aber nicht so nah, als dass man zu Asche verbrennen würde. Einstein wurde einmal gefragt: „Wenn Sie dem Schöpfer eine Frage stellen könnten, wie würde sie lauten?“ Er antwortete ohne Zögern: „Ich würde ihn einfach fragen, ob er die Welt auch auf andere Art hätte schaffen können. War dies die einzige Lösung?“

IF YOU WERE A
CREATIVE PERSON
COMING TO AMERICA
FROM ANY PLACE
IN THE WORLD, YOU
WOULD HAVE TO GO
TO NEW YORK.



Das glaube ich gern. Ich weiß noch, wie ich sieben Jahre alt war und wir alle einen Truthahn zeichnen sollten. Eines der Kinder malte seinen mit einem großen blauen Penis und wurde dafür in die Ecke gestellt. Ein anderes, das eine perfekte Zeichnung ablieferte, bekam eine Eins. Spätestens mit zehn versuchen alle, so zu malen wie das Kind, das die Eins bekommen hat. Diese Welt treibt uns die Kreativität aus. Es ist heute schwieriger denn je, den Raum und einen Ort zu haben, an dem man etwas schaffen kann, und sich dann die Zeit zu nehmen, um das Geschaffene gedeihen zu lassen.

Wie lautet Ihr tägliches Mantra, mit dem Sie junge Künstler heute inspirieren würden?

Jetzt geht's ans Eingemachte – mein Herz, meine Seele, meine Eingeweide. Jeden Tag versuche ich, das Beste zu erreichen, was ich je getan habe. In jedem kleinen Projekt will ich wirklich an das Wesentliche herankommen und meinen Job so gut wie möglich machen. Und ich weiß, was ich dafür brauche. Ich muss Überflüssiges aus dem Weg schaffen, und dann kommt's – mit einem Knall.

Was sollte jemand mitbringen, der eine kreative Laufbahn einschlagen will?

Jeder kreative Mensch würde Ihnen sagen, dass genau das die Kunst sei – sie mühelos aussehen zu lassen. Niemand soll sehen, wie Sie schwitzen oder heulen wie ein Baby. Sie müssen von Grund auf lei-

denschaftlich und begeistert hinter dem stehen, was Sie tun, selbst wenn Sie dafür tagtäglich eins auf den Schädel bekommen. Sie müssen sich Ihrer Kreativität ergeben.

Was ermöglicht Ihrer Meinung nach diese göttliche Filterung der Kreativität?

In einem Zustand der völligen Klarheit, wenn ich mich gut vorbereitet habe, nachgedacht habe, mich konzentriere und an einem ruhigen Ort befinde, kommen mir die besten kreativen Ideen.

Was ist das beste Beispiel für Kreativität, das Sie je gesehen haben?

Der Schöpfer, der den Wald und die Jaguare und die Würmer gemacht hat. Haben Sie sich in dieser

OLAF SALIÉ

RALF DAAB
in conversation with
OLAF SALIÉ

photography by
PETER J. KIERZKOWSKI



E

How did your passion for art begin?

It started with a nice coincidence while I was studying at the university of Bochum. A friend of ours was an artist, and we decided to just have an exhibition. Let's empty out our digs and invite 200 of our best friends over. The artist's name was Armin Scheid. And it was a tremendous success. We actually sold all of his works.

And what happened next?

We christened the child and called it "Art in Private Space". In Bochum we repeated the whole thing another two times. After graduation, we and all our friends moved into a large commune in Cologne. It was a beautiful and huge apartment, where we continued "Art in Private Space".

You support mostly young artists. Later, you initiated the format "One Week of Young Art". Who were the first artists then?

When I started out as a professional, we had our publishing house in the Mediapark, where the landlord gave us a very nice office space. Since 2002 we have been showing the works of young artists, mostly students from Düsseldorf, for a week under the title "One Week of Young Art". It really turned out to be a great success, for the artists as well as for the visitors. One of the first artists whose works we exhibited was Michail

Pirgelis, who meanwhile has embarked on an international career.

This led to the idea of an artistic society, "Die Kirschenpflücker". Tell us something about it. Where does the name come from?

"One Week of Young Art" in the end attracted 800 to 1000 visitors. Also, the more professional the artists in our circle became, the more professional we had to be, too. "Kirschenpflücker" I came up with when I went running. There is a beautiful painting called "Die Kirschen-

pflücker" (the cherry-pickers) by Sala Lieber, which I bought together with two friends. I thought that this was the perfect name for an artistic society, especially as "cherry picking" has a double meaning.

A year ago, together with Ralf Daab, you developed the idea and the concept for the art book "RISING" that has just appeared. How did you manage to realize an enormous project like this in only one year?

Looking at the book today, I ask myself exactly this question. Over the years a network of gifted people, who respect our work, has formed around the "Kirschenpflücker". This was the foundation, "RISING" is built on. The young artistic scene, the bohème, and the stereotypes we connect with this term, is naturally very fascinating for everyone, also for people like Ralf Daab, who discovered art via the "Kirschenpflücker". Then, there was one of these memorable moments in life – I remember very well that it took place in a beer-garden close to the Mediapark – Ralf Daab asked me if we wanted to do this project together. However, we knew from the very beginning that it would only be possible with the help of curators. I don't claim that my personal range of vision is large enough to name 100 artists. Therefore, we chose the artists in a committee after long and extensive discussions.

After RISING, already the next opulent art book, called "CORPORATE COLLECTIONS", is in the pipeline, which you, as editor-in-chief of Deutsche Standards, are developing with Friedrich Conzen jr. as an editor. What does the concept of this book look like? Which collections will probably be presented?

The subject of corporate collecting is a very important factor in the world of art, which, however, goes largely unnoticed. The inventories of some of these corporate collections are spectacular. Therefore we want to appreciate and present them in a sumptuously appointed book of plates. Just to mention examples like the collection of Deutsche Bank, which is probably the world's largest corporate collection, or the collection Marli Hoppe-Ritter.

How will the distribution of this book be organized?

DAAB MEDIA will act as the worldwide distributor of CORPORATE COLLECTIONS. The cooperation developed from the collaboration on "RISING". It worked out so well that we will publish the book as a joint project of Deutsche Standards and DAAB MEDIA.

"KIRSCHENPFLÜCKER" I CAME UP WITH WHEN I WENT RUNNING.



What kind of new book project you would like to start afterwards? Do you have any other passions besides art?

Yes, there is something which has nothing to do with art at all. I feel a deep passion for the French chanson. It is a little manic caprice I have had inside me since I was a child. I just love to listen to classical chansons. The world of chansons has a long tradition. Let me just mention Jacques Brel and Piaf. There also are lots of associative fields like St. Germain des Prés with all its existentialists – Juliette Gréco for example. I would like to do a large book of plates on this subject, as an editorial monument of the chanson.

Of course, we are very curious if this book will maybe be published by DAAB MEDIA.

It can only be published by DAAB.

ONE OF THE FIRST
ARTISTS WHOSE
WORKS WE EXHIBITED
WAS MICHAIL PIRGELIS,
WHO MEANWHILE
HAS EMBARKED ON
AN INTERNATIONAL
CAREER.

Du unterstützt vor allem junge Künstler. Danach hast du das Format „Eine Woche junge Kunst“ ins Leben gerufen. Wer waren da die ersten Künstler?

Als ich ins Berufsleben einstieg, war unser Verlag im Mediapark. Es hat sich ergeben, dass uns der Vermieter sehr schöne Räume zur Verfügung gestellt hat. Seit 2002 haben wir unter dem Titel „Eine Woche junge Kunst“ tatsächlich eine Woche lang junge Künstler, zumeist Studenten aus Düsseldorf, ausgestellt. Und das war tatsächlich ein sehr großer Erfolg. Einerseits für die Künstler, andererseits für die Besucher. Zu den ersten Künstlern, die wir ausgestellt haben, gehört z. B. Michail Pirgelis, der heute auf dem Weg ist, eine Weltkarriere zu machen.

Daraus ist die Idee eines Kunstvereins entstanden. „Die Kirschenpflücker“. Erzähl uns etwas darüber, wie ist der Name entstanden?

„Eine Woche junge Kunst“ hatte zum Schluss 800 bis 1000 Besucher. Und je professioneller die Künstler in unserem Umfeld wurden, desto mehr mussten wir das Ganze professionalisieren. Der Name „Kirschenpflücker“ ist mir beim Joggen eingefallen. Es gibt ein wunderschönes Bild mit dem Titel „Die Kirschenpflücker“ von Sala Lieber, das ich mal mit zwei Freundinnen zusammen gekauft habe. Ich dachte, das ist ein idealer Titel für einen Kunstverein, zumal das mit „cherry picking“ noch eine zweite Bedeutungsebene hat.

Vor einem Jahr hast du zusammen mit Ralf Daab die Idee und das Konzept für das gerade erschienene Kunstbuch „RISING“ entwickelt. Wie schafft man es, so ein Wahnsinnsprojekt in einem Jahr umzusetzen?

Wenn ich mir das Buch heute ansehe, stelle ich mir genau diese Frage. Mit den Jahren ist über die „Kirschenpflücker“ um uns herum ein Netzwerk entstanden, aus guten Leuten, die respektieren, was wir machen. Das war die Grundlage von „RISING“. Die junge Kunstszene, die Boheme, die ja auch etwas klischeehaft Bohemienhaftes besitzt, fasziniert natürlich alle Menschen, auch Menschen wie Ralf Daab, der über die Kirschenpflücker in die Nähe der Kunst gekommen ist. Dann gab es diesen berühmten Moment

D

Wie begann deine Leidenschaft für die Kunst?

Das begann eigentlich durch einen schönen Zufall in meiner Studentenzeit in Bochum. Wir waren befreundet mit einem Künstler und dachten, wir machen mal eine Ausstellung. Wir räumen unsere Studentenhalle aus und laden unsere 200 besten Freunde ein. Der Künstler hieß Armin Scheid. Und das war auch gleich ein super Erfolg. Wir haben tatsächlich alle Arbeiten verkauft.

Und wie ging es weiter?

Wir haben dem Kind einen Namen gegeben und haben das „Kunst im privaten Raum“ genannt. In Bochum haben wir das noch zweimal gemacht. Dann sind wir tatsächlich mit dem gesamten Freundeskreis nach unserem Studium in eine große WG nach Köln gezogen. Eine wunderschöne, riesengroße Wohnung, und da haben wir dann die „Kunst im privaten Raum“ weitergemacht.

I REMEMBER VERY
WELL RALF DAAB ASKED
ME, IF WE WANTED
TO DO THIS PROJECT
TOGETHER.

im Leben – ich erinnere mich noch gut, das war in einem Gartenlokal in der Nähe des Mediaparks –, wo Ralf Daab mich gefragt hat, ob wir das zusammen machen. Aber von Anfang an war auch klar, es ist unmöglich, dieses Projekt ohne ein Kuratorium zu machen. Mein persönlicher Blickwinkel reicht nicht so weit, dass ich sage, ich kann 100 Künstler benennen. Deshalb haben wir die Auswahl der Künstler über einen Beirat in vielen und langen Gesprächen getroffen.

Nach RISING steht bereits das nächste opulente Kunstbuch mit dem Titel „CORPORATE COLLECTIONS“ an, das du als Chefredakteur der Deutschen Standards mit Friedrich Conzen jun. als Herausgeber entwickelst. Wie sieht das Konzept dieses Buches aus? Welche Sammlungen werden voraussichtlich gezeigt?

Das Thema Corporate Collecting ist ein kaum wahrgenommener, aber enorm großer Faktor im gesamten Kunstbetrieb, wobei die Unternehmenssammlungen zum Teil spektakuläre Bestände haben. Das wollen wir in einem sehr opulent ausgestatteten Bildband würdigen und zeigen. Wie z. B. die Sammlung der Deutschen Bank, die wohl die größte Firmensammlung der Welt ist, oder die Sammlung Marli Hoppe-Ritter.

Wie wird das Buch vertrieben?

CORPORATE COLLECTIONS wird weltweit über DAAB MEDIA vertrieben. Die Kooperation ist aus der Zusammenarbeit mit „RISING“ entstanden. Das hat so wunderbar funktioniert, dass wir das Buch als Koproduktion zwischen den Deutschen Standards und DAAB MEDIA herausgeben werden.

Welches neue Buchprojekt würdest du anschließend gerne angehen? Gibt es neben der Kunst noch eine andere Leidenschaft in dir?

Ja, es gibt etwas von der Kunst völlig Losgelöstes. Ich habe eine tiefe Leidenschaft für das französische Chanson. Es ist eine kleine manische Caprice sozusagen, die ich von Kindesbeinen an irgendwie in mir habe. Ich höre leidenschaftlich gern klassische Chansons. Die Chanson-Welt hat eine lange Tradition. Ich erinnere nur an Jacques Brel und die Piaf. Und es hat



ganz viele Assoziationsfelder wie St. Germain des Prés mit den ganzen Existenzialisten, die da waren – wie Juliette Gréco z. B. Das würde ich gerne in einem großen Bildband darstellen und dem Chanson ein publizistisches Denkmal setzen.

Dann sind wir gespannt, ob das Chanson-Buch vielleicht bei DAAB MEDIA erscheinen wird.

Das kann nur im DAAB Verlag erscheinen.

David Ostrowski, F (2012), 2010, oil, lacquer, wood and cotton on canvas, 200×150 cm



Max Frintrop, Untitled, 2010, wood, cardboard, metal, acrylic, paint and oil, 70×40×35 cm, private collection, Cologne



Vera Lossau, Con artist (mourners), 2010, Acrystal, mirror, soot, mixed media, installation view Raum Oberkassel, Düsseldorf

RISING

Young Artists
to keep an Eye on!



● Edited by Olaf Salié
Text in German / English
Design by Meiré und Meiré
Hardcover with jacket
24×28,7 cm / 9.4×11.3 in
420 pages
€65,00 / \$90,00 / £55,00

ISBN 978-3-942597-03-6

AVAILABLE

They are highly motivated and passionate and will not be deterred. They surprise and bewilder. RISING presents a watchlist of 100 young international artists who have only just embarked on their careers under the close scrutiny of the market. They are young artists who are in the critical phase between leaving the academy and opening their first gallery shows. Even though their positions differ widely, they all have one thing in common: their works rise high expectations and the wish to see more! This book not only cuts an aisle that leads into the inner circle of these young talents, but wants to be understood as the catalyst of an inspiring and lively discussion. The careful selection and the generous layout that leaves much room to the illustrations, as well as the texts introducing each artist, make RISING an up-to-date reference book for collectors, gallery owners, curators, and all lovers of young art.

Sie sind hochmotiviert, leidenschaftlich und unbeirrbar. Sie überraschen und irritieren. RISING präsentiert eine Watchlist von 100 jungen internationalen Künstlern, die am Anfang ihrer Karriere stehen und vom Markt scharf beobachtet werden. Junge Künstlerpersönlichkeiten in der schwierigen, aber entscheidenden Phase zwischen Akademie und ersten Galerieausstellungen. Ihre Positionen liegen weit auseinander, aber sie haben eines gemeinsam: Ihr Werk weckt große Erwartungen und Lust auf mehr! Der Band schlägt nicht nur eine Schneise in den inneren Zirkel des künstlerischen Nachwuchses, sondern versteht sich auch als Katalysator einer wünschenswerten und lebendigen Diskussion. Die sorgfältige Auswahl, das großzügige Layout, das den Abbildungen viel Raum lässt, und einführende Texte zu jedem Künstler machen RISING zum brandaktuellen Nachschlagewerk für Sammler, Galeristen, Kuratoren und alle Freunde junger Kunst.



Toshio Shibata, Quintessence of Japan, 1988-90, fotoarbeit 103×127cm



Jai-Young Park
7-teilige Installation für die
Eingangshalle der Provinzial



Ugo Rondinone, fünfzehnterjunineunzehnhundert-
achtzig 1994, Tusche auf Papier 180×260cm

E
Friedrich G. Conzen jr. grew up amid the love of art, as the F.G. Conzen GmbH in Düsseldorf has been producing picture frames for five generations. The cooperation with international artists, galleries, and museums led to comprehensive knowledge about the arts, which Friedrich G. Conzen, besides managing the family business and being the founder of Kunst IT und Beratungsgesellschaft, brings into play in many ways. Among other things, he is involved in the work group Corporate Collecting in the BDI's cultural society and also board member of the artistic society Kirschenpflücker e.V., Cologne, where he is known as an enthusiastic sponsor of the arts.

D
Friedrich G. Conzen jun. ist mit der Liebe zur Kunst aufgewachsen. Schon in der fünften Generation produziert die F.G. Conzen GmbH in Düsseldorf Bilderrahmen. Über die Zusammenarbeit mit internationalen Künstlern, Galerien und Museen entwickelte sich eine große künstlerische Kennerschaft, die Friedrich G. Conzen jun. neben seinen Aufgaben als Geschäftsführer des Familienunternehmens und Gründer der Kunst IT und Beratungsgesellschaft in vielfältiger Weise einbringt. Er ist u. a. tätig im Arbeitskreis Corporate Collecting im Kulturkreis der dt. Wirtschaft im BDI e.V. und Vorstandsmitglied im Kunstverein Kirschenpflücker e.V., Köln, wo sich der Diplom-Kaufmann als begeisterter Förderer der Kunst einen Namen gemacht hat.

CORPORATE COLLECTIONS



● Edited by Friedrich G. Conzen jun. & Olaf Salié
Text in German / English
Design by Meiré und Meiré
Hardcover with jacket
24×28,7cm / 9.4×11.3in
420 pages
€65,00 / \$95,00 / £60,00
ISBN 978-3-942597-22-7

Spring 2012

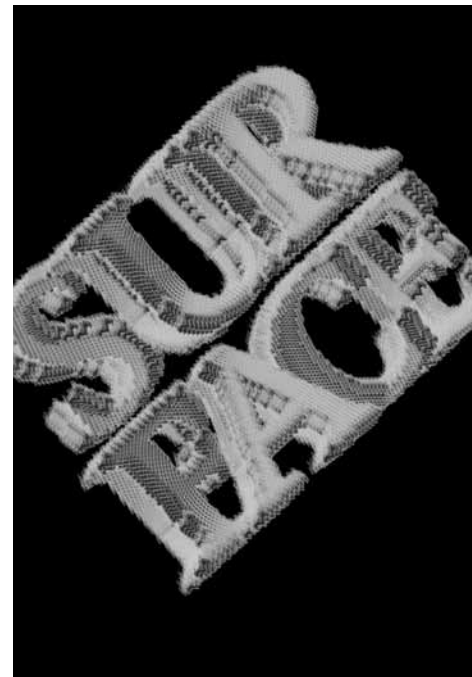
Leading German corporations as owners of art collections, which, in importance and size, are in no way inferior to those of public museums, has become quite a common phenomenon. The individual endeavors of art-loving executives soon turned into a successful example of modern corporate culture. High-profile and professionally cared for corporate collections create a cultural identity. CORPORATE COLLECTIONS takes a look at these comprehensive corporate collectors' activities in Germany. About 100 corporate collections, their approaches, and their focuses are presented in this valuable book of plates. For quick reference, all corporations and their respective locations are listed in a booklet index. CORPORATE COLLECTIONS explores the role of these corporate collections as sponsors of art whose influence so far has gone almost unnoticed.

Heute ist es keine Seltenheit mehr, dass ein führendes deutsches Wirtschaftsunternehmen über eine Kunstsammlung verfügt, deren Bedeutung und Größe dem Bestand eines öffentlichen Museums in nichts nachsteht. Was als vereinzelte Initiative kunstbegeisterter Führungspersönlichkeiten begann, entwickelte sich zum Erfolgsmodell moderner Unternehmenskultur. Profilierte und professionell betreute Firmensammlungen schaffen kulturelle Identität. CORPORATE COLLECTIONS beleuchtet diese umfangreiche unternehmerische Sammlertätigkeit in Deutschland. Rund 100 Firmensammlungen mit ihren Zielsetzungen und Schwerpunkten, Künstlern und Ausstellungen werden in einem aufwändigen Bildband präsentiert. Ein Register in Heftform listet Unternehmen und Standorte zum schnellen Nachschlagen. CORPORATE COLLECTIONS ergündet die bisher in ihrer Reichweite kaum wahrgenommene Rolle der Firmensammlungen als Förderer der Kunst.



ON-TYPE: Texte zur Typografie, Marcel Häusler

WORDS CAN FLY A THOUSAND MILES, Kyosuke Nishida



Surface, Alain Vonck

BRIGHT!

Typography between
Illustration and Art



● Edited by Slanted
Text in German / English
Design by Lars Harmsen
Cloth-bound
24×28,7cm / 9.4×11.3in
420 pages
€65,00 / \$95,00 / £60,00

ISBN 978-3-942597-23-4

SPRING 2012

Typography for many artists is loaded with creative potential. How much power of expression is contained in a letter, a word, or a sentence, when these entities, which are very communicative in character to begin with, are put on stage as images and objects? How does typographical information respond to its environment, to graphic complements, abstraction, or visual reversal? Under the curatorship of Slanted, „bright!“ presents a collection of pictorial typo-art, focusing on moving ahead. The differentiated spectrum, ranging from culturally rooted to revolutionary and innovative positions, does not leave out any sphere of interest: handpainted signs, tape-art, woodtype, letter objects, typographic sculptures, graffiti, tattoo art, generative performances, experimental type, and much more. More than 300 entries provide an overview as well as inspiration.

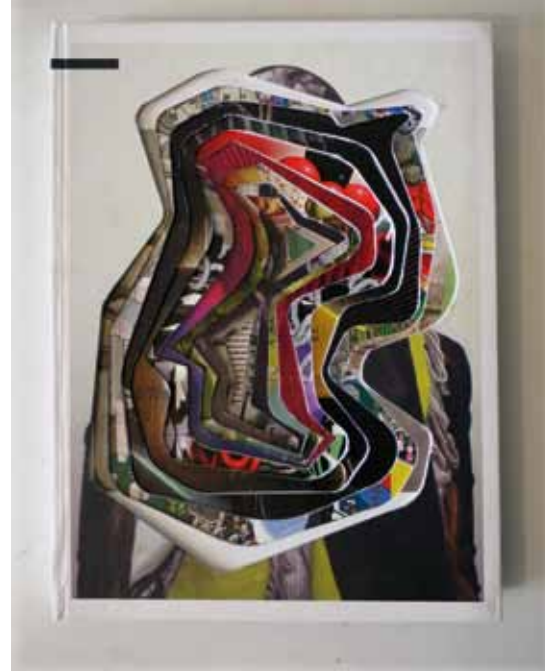
Typografie stellt für viele Künstler ein schöpferisches Spannungsfeld dar. Wie viel Aussagekraft steckt in einem Buchstaben, in einem Wort oder gar in einem Satz, wenn diese an sich höchst kommunikativen Einheiten bild- oder objekthaft inszeniert werden? Wie reagiert eine typografische Information auf das Umfeld, auf grafische Ergänzung, Abstrahierung oder visuelle Umkehrung? Kuratiert von Slanted, bündelt „bright!“ eine einmalige Auswahl an Bild gewordener Typokunst, bei der Schrift zum Kernpunkt der Arbeit geworden ist. Das differenzierte Spektrum von kulturell verankerten bis hin zu umstürzlerisch-innovativen Positionen lässt kein Arbeitsfeld unentdeckt: Handpainted Signs, Tape-Art, Woodtype, Letter Objects, Typographic Sculptures, Graffiti, Tattoo-Art, generative Performances, experimental Type und vieles mehr. Über 300 Beiträge verschaffen Überblick und Inspiration.

ROJO CUT 3, Lucas Simões

Desretrato, Unportrait Réquiem,
Lucas Simões

E
The designer and curator Angela Carvalho was born in Rio de Janeiro, where she graduated with an Industrial Design and a Graphic Design degree. She has been a member of many national and international juries, having been the first Brazilian woman to be invited (twice) to join the very selected group of jurors of the iF Design Award in Hanover, Germany. After twelve years living and working in Germany she went back to Brazil in 1988, where she founded NCS Design. She has been the correspondent for Form, the renowned German design magazine, having also contributed as an author of many articles in the international design press.

D
Die Designerin und Kuratorin Angela Carvalho wurde in Rio de Janeiro geboren und machte dort ihren Abschluss in Industrie- und Graphikdesign. Sie war Mitglied vieler nationaler und internationaler Juries und die erste Frau in Brasilien, die (zweimal) zur Teilnahme in die hochkarätige Jury des iF Award in Hannover gebeten wurde. Nachdem sie zwölf Jahre in Deutschland gelebt und gearbeitet hatte, ging sie 1988 zurück nach Brasilien und gründete dort NCS Design. Sie ist Korrespondentin für Form, das renommierte deutsche Design-Magazin, und hat international zahlreiche Beiträge in der Design-Fachpresse veröffentlicht.

Caras e Bocas, Faces and
Mouths, Ricardo Beliel

ARTISTICO

The Brazilian Way



- Edited by Angela Carvalho
Text in German / English
Design by Meiré und Meiré
Hardcover with jacket
20×26,5 cm / 7.8×10.4 in
288 pages
€ 50,00 / \$ 75,00 / £ 45,00

ISBN 978-3-942597-19-7

SUMMER 2012

Brazil's artistic potential seems to know no limits, no matter if we are talking about art, design, architecture, arts and crafts, fashion, poetry, or dance. The vitality of the scene is as breathtaking as its diversity. Under the influence of European and African cultures a unique language of design has developed, which is genuinely Brazilian. It is marked by vibrant colors, enhanced by a tropical flair. The artistic aspect plays a major role in all types of professional training. Brazil's artists are inspired less by technical questions, but by ideas and artistic freedom. The result is a playful and sensuous impression, presented in ARTISTICO.

Ob Kunst, Design, Architektur, Kunsthandwerk, Mode, Poesie oder Tanz – das künstlerische Potential in Brasilien scheint unerschöpflich. Die Vitalität der Szene ist ebenso atemberaubend wie ihre Vielfalt. Unter den Einflüssen aus der europäischen und afrikanischen Kultur hat sich eine eigene Designsprache als brasilianischer Stil entwickelt. Ihr Kennzeichen ist eine besondere Farbigkeit, gewürzt mit einem tropischen Flair. Das Künstlerische wird in der Ausbildung in allen Sparten großgeschrieben. Es sind weniger die technischen Fragen als die Idee und die gestalterische Freiheit, die Brasiliens Kreative antreiben. Das Ergebnis ist ein spielerisches und sinnliches Gesamtbild, das in ARTISTICO gezeigt wird.

HORST A. FRIEDRICHS

RALF DAAB
in conversation with
HORST A. FRIEDRICHS

www.horstfriedrichs.com



E

Horst, you are German and live in London. What do you do for a living?

I love music and photography, and as I became more involved in photography, I branched into documentary and portrait photography, working as a freelance photo-journalist for Geo, Stern, Rolling Stone and The New York Times. I also continued to work on my own book projects and exhibitions. I currently work on style, culture and history related photo projects.

How did you get involved in the ROCKERS scene and how did you get the idea for the Or Glory 21st Century Rockers book?

In 1997 I moved to London to embark on a long-term project investigating contemporary subcultures such as Mods and Rockers. Ten years later in Hamburg during the Lead Awards prize ceremony I met Creative Director Lars Harmsen who asked me if I would like to do a book about Mods and Rockers.

Quadrophenia is coming back ... with people calling themselves mods and rockers. Tell us the difference between Rockers and the Roker.

Rockers are motorcycle based subcultures that first originated in the UK in the 1950s. They are not a back-pack outlaw club adhering to military hierarchy, nor a membership-paying group of weekend warriors. Roker, Patch or 1% outlaw motorcycle clubs represent the more aggressive and violent bike-riding rocker, defying all norms and laws. Competing gangs fight out bloody battles or rocker wars and some engage in criminal activity. Both wear leather jackets.

Are they different styles or is there a different message conveyed behind the style?

For the Roker, their most distinguishing characteristic is the jacket. A trademark for membership in a certain club is the "Kutte" – a denim or leather jacket with the

Patch sewn onto the back and visible from afar. Rockers adorn their jackets with badges, patches and studs or paint it, if they can't afford studs. The jackets illustrate the bikes they owned and rode ... the race circuits, cafes and haunts they frequented ... the towns they came from and the groups/clubs they were members of ... and the music and singers they liked and admired.

Tell us about your latest project Pride and Glory, The Rockers' Jacket. What is the concept of this new book?

The book features lots of cool images from the Lewis Leathers vintage jacket collection. Iconic leather jackets never seen before, individualized and expressing the soul of their owners, plus jackets with badges, studs, artfully stitched emblems and logos all featured in close up. The book looks deeper into the culture of the jacket and also tells the story of its importance. The book will be accompanied by a short essay and interviews by Professor Colin Fallows who is renowned for curating an exhibition in Liverpool of Astrid Kirchherr's Beatles photographs.

Rockers Jackets are becoming a the new trend in fashion. Are you highlighting this in Pride and Glory?

I believe that almost all fashion images today show little or no interest in the fundamental role of fashion, which is personal expression. Instead, individuals and groups of individuals take clothes and recreate them as something new and interesting in the way that they wear and select garments and accessories. It is this key element that excites me the most about fashion and it appears to be the most ignored element in today's fashion magazines. Pride and Glory captures the spirit of Britains oldest motorcycle outfitters in modern times.

Are you planning any exhibitions with the material produced for the book?

The plan is a touring exhibition starting in London in 2012, then traveling to Germany, New York and LA.



E Internationally renowned photographer, Horst A. Friedrichs has published a number of books including the bestselling "I'm One: 21st Century Mods" and "Or Glory 21st Century Rockers". He lives in London and works as a photo-journalist for magazines such as Der Spiegel, Rolling Stone, Geo and Stern.

D Der international namhafte Fotograf Horst A. Friedrichs hat zahlreiche Bücher veröffentlicht, darunter die Bestseller "I'm One: 21st Century Mods" und "Or Glory 21st Century Rockers". Er lebt in London und arbeitet als Fotojournalist für Magazine wie Der Spiegel, Rolling Stone, Geo und Stern.

D

Horst, du bist Deutscher und lebst in London. Was machst du beruflich?

Meine Leidenschaft sind Musik und Fotografie. Im Laufe der Zeit habe ich mich immer mehr auf Dokumentar- und Porträtfotografie verlegt und arbeite inzwischen als freier Fotojournalist für Geo, Stern, Rolling Stone und die New York Times. Darüber hinaus gestalte ich eigene Bücher und Ausstellungen. Derzeit arbeite ich an Projekten mit den Schwerpunkten Stil, Kultur und Geschichte.

Wie kamst du mit der ROCKER-Szene in Berührung und wie entstand die Idee für das Buch Or Glory 21st Century Rockers?

1997 zog ich nach London und begann mit einer langfristigen Untersuchung zeitgenössischer Subkulturen wie

PRIDE AND GLORY CAPTURES THE SPIRIT OF BRITAIN'S OLDEST MOTORCYCLE OUTFITTERS IN MODERN TIMES.



denen der Mods und Rockers. Zehn Jahre später traf ich in Hamburg während der LeadAwards-Preisverleihung den Kreativdirektor Lars Harmsen. Er fragte mich, ob ich Lust hätte, je ein Buch über Mods und Rockers zu machen.

Quadrophenia erlebt derzeit ein Comeback ... Manche Leute nennen sich wieder Mods und Rockers. Erklär uns doch mal den Unterschied zwischen den Rockers und Rockern.

„Rockers“ sind auf Motorräder fixierte Subkulturen, die erstmals in den Fünfzigerjahren in Großbritannien auftauchten. Das sind keine gesetzlosen Motorradclubs mit Back Patch und militärischer Hierarchie, auch keine zahlenden Mitglieder eines Wochenend-Kampftrupps. „Rocker“, Patch oder 1% Outlaw Motorcycle Clubs stellen die aggressivere, gewalttätige Variante dar, die sich gegen Recht und Gesetz stellt. Die rivalisierenden Gangs liefern sich blutige Schlachten und regelrechte Kriege. Manche von ihnen sind kriminell.

Aber beide tragen Lederjacken. Weisen die unterschiedliche Stile auf oder ist die vom Stil vermittelte Botschaft eine andere?

Das wichtigste Erkennungszeichen eines Rocker ist seine „Kutte“. Sie ist das Markenzeichen eines bestimmten Clubs – eine Weste oder Jacke aus Jeansstoff oder

Leder mit aufgenähtem „Patch“ auf dem Rücken. Dieses Emblem ist schon aus der Entfernung erkennbar.

Rockers verzieren ihre Jacken mit Abzeichen, Cloth Patches, Ketten und Nieten. Diejenigen, die sich keine Nieten leisten können, bemalen sie einfach. Auf den Jacken sieht man, welche Motorräder sie besessen oder gefahren haben, welche Rennstrecken sie schon absolviert haben und in welchen Kneipen und Treffs sie Stammgast sind ... aus welcher Stadt sie kommen und welcher Gruppe bzw. welchem Club sie angehören ... und natürlich, welche Musik und welche Sänger sie toll finden.

Erzähl uns über dein jüngstes Projekt Pride and Glory, The Rocker's Jacket. Welches Konzept steckt hinter deinem neuen Buch?

Das Buch zeigt jede Menge coole Bilder aus der Lewis Leathers Vintage Jacket Kollektion. Noch nie gesehene kultige Lederjacken, die mit ihrer individuellen Verzierung die Seele ihres Trägers ausdrücken, plus Jacken mit Badges, Nieten, kunstvoll gestickten Emblemen und Logos – alles in Nahaufnahme. Das Buch beschäftigt sich im Detail mit dem Kult dieser Jacken und macht deutlich, wie wichtig sie sind. Es wird ein kurzes Essay und Interviews von Professor Colin Fallows enthalten, der als Kurator einer Ausstellung von Astrid Kirchherrs Beatles-Fotos in Liverpool berühmt wurde.

Rockers-Jacken werden zum Modetrend. Gehst du in Pride and Glory darauf ein?

Meiner Ansicht nach zeigt die Modefotografie heute insgesamt wenig bis gar kein Interesse für die Grundfunktion der Mode, Ausdruck eines persönlichen Stils zu sein. Dabei nehmen Einzelne oder Gruppen von Einzelpersonen Kleidungsstücke und machen sie mit der Art, wie sie die Sachen und Accessoires tragen und zusammenstellen, zu etwas Neuem, Interessantem. Dieses Schlüsselement ist das, was mich an Mode am meisten fasziniert, aber gerade das wird in den heutigen Modemagazinen offenbar konsequent ignoriert.

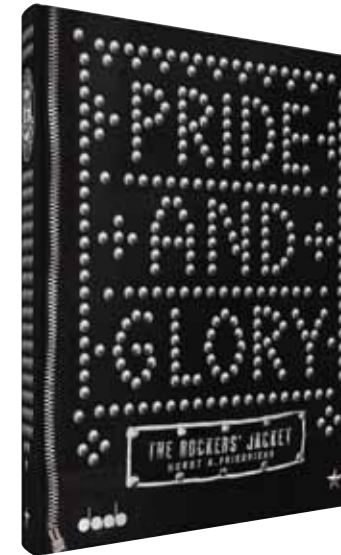
Pride and Glory fängt dagegen den Geist der ältesten britischen Motorrad-Outfitter der Moderne ein.

Wirst du mit dem Material, das du für das Buch gesammelt hast, auch eine Ausstellung machen?

Vorgesehen ist eine Wanderausstellung, die 2012 in London startet, anschließend nach Deutschland geht und von da nach New York und L. A.

PRIDE AND GLORY

The Rockers' Jacket



● Photographer Horst A. Friedrichs
Edited by Lars Harmsen
Text in English
Design by Magma Brand Design

Standard Edition
Hardcover with jacket
28×35,5 cm / 11×14 in
400 pages
€95,00 / \$145,00 / £85,00

ISBN 978-3-942597-20-3

SUMMER 2012

Limited Edition with original print

Leather-bound with studs and badges
€950,00 / \$1.450,00 / £850,00

ISBN 978-3-942597-21-0

SUMMER 2012

After the success of Or Glory 21st Century Rockers, acclaimed photographer Horst A. Friedrichs captures the spirit of The Rockers Jacket in modern times. First coming into its own as a symbol of youth rebellion in the 50s, the leather jacket continues to fascinate as much for its beauty as its mythology.

The leather jacket belongs to that select group of garments that can be described as iconic. No other western garment has been individualized that much, expressing the soul of who it belongs.

The book features new exclusive pictures from the Lewis leathers vintage jacket collection. Iconic leather jackets never seen before, but also showing the contemporary replicas by Lewis Leathers.

Nach dem Erfolg von Or Glory 21st Century Rockers beschäftigt sich der renommierte Fotograf Horst A. Friedrichs in seinem neuen Band mit der Essenz der Rocker-Jacke und ihrer modernen Inkarnation.

Ursprünglich Symbol der Jugendrevolte der Fünfzigerjahre, bestechen Lederjacken auch heute noch durch ihre Schönheit ebenso wie den Mythos, den sie verkörpern. Lederjacken gehören zu den wenigen Outfits mit Kultstatus. Wie kein anderes abendländisches Kleidungsstück wird sie von jeher individuell gestaltet und spiegelt die Seele ihres Besitzers.

Das Buch präsentiert die Lewis Leathers „Vintage Jacket“ Kollektion: kultige Lederjacken, wie sie noch nie zu sehen waren, neben zeitgenössischen Repliken von Lewis Leathers.



Diego Dolcini



United Nude



SHOE YOU!

The Art of Walking



- Edited by Patrice Faramah
Text in English
Design by Meiré und Meiré
Hardcover with jacket in a special shoe box
26×32cm / 10.2×12.6in
384 pages
€150,00 / \$225,00 / £135,00

ISBN 978-3-942597-24-1

SPRING 2012

SHOE YOU! presents a comprehensive collection of treasures from the world of contemporary avant-garde shoemaking. At a distance, these cutting-edge pieces of footwear resemble sculptural works of art, with silhouettes more akin to crustaceans or scaffolding than to the classic pump. Illustrated throughout with photographs of these wild designs and the sketches that reveal how they came to fruition, including in-depth interviews with shoe impresarios and connoisseurs alike, SHOE YOU! is a stunning ode to progressive new fashions for the foot. The book comes in a luxury shoe box.

SHOE YOU! stellt eine ganze Kollektion von Kleinodien der avantgardistischen Schuhmacherkunst vor. Topmodische skulpturale Schuhkunstwerke, deren Silhouetten auf den ersten Blick manchmal eher an Krustentiere oder Karosserien denken lassen, als an klassische Pumps. Der Band ist nicht nur mit Fotos solcher crazy designs üppig illustriert, sondern verrät anhand von Modezeichnungen auch etwas über deren Entstehungsprozess. In kurzweiligen Interviews plaudern Schuh-Gurus und Liebhaber von ausgefallenem Schuhwerk aus dem Nähkästchen. SHOE YOU! zollt der führenden aktuellen Fußbekleidung höchsten Tribut bis hin zur Buchpräsentation im edlen Luxus-Schuhkarton.

SECOND SKIN

The Erotic Art of Lingerie



● Edited by Patrice Faramah
Text in English
Design by Meiré und Meiré
Hardcover dressed in slipcase
19,5×24cm / 7.7×9.4in
384 pages

€60,00 / \$85,00 / £55,00

ISBN 978-3-942597-14-2

AVAILABLE

A body clad in satin and lace is more erotic than nudity. Women have always known it and men probably will not disagree. Lingerie has an inspiring effect. Also on designers. They dedicate all their finesse to a tiny piece of nothing, the fabric dreams are made of. Patrice Faramah, specialist for exquisite lifestyle products, has set out on an voyage of discovery and discovered the 30 most exciting labels. Skilfully put in the limelight by the best photographers, fragile sensual masterpieces unfold in the shape of 160 large illustrations. The book offers deep insights into the world of clinging enticements that presents itself, radiant and sexy.

Erotischer als Nacktheit ist ein Körper, der in Satin und Spitze gehüllt ist. Frauen haben das immer gewusst und Männer werden es zweifellos bestätigen. Lingerie inspiriert. Auch die Designer. Sie opfern ihre ganze Raffinesse einem winzigen Nichts aus dem Stoff, aus dem die Träume sind. Die Kennerin exquisiter Lifestyle-Produkte Patrice Faramah hat auf ihrer Entdeckungsreise die 30 aufregendsten Labels aufgespürt. Von den besten Fotografen gekonnt in Szene gesetzt, entfalten sich die fragilen Kunstwerke der Sinnlichkeit auf 160 großformatigen Abbildungen. Strahlend und sexy gibt sich die Welt der auf die Haut geschneiderten Verlockungen, in die der Band einen tiefen Einblick gewährt.

NEW ON THE CATWALK

Emerging Fashion Labels



● Edited by Patrice Faramah
Text in English
Design by Meiré und Meiré
Hardcover with jacket
27×29,7cm / 10.6×11.7in
400 pages

€75,00 / \$95,00 / £65,00

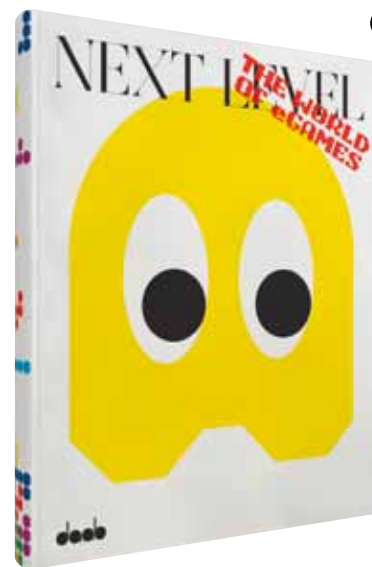
ISBN 978-3-942597-15-9

AVAILABLE

They are young, their passion burns, and many of them have already made impressive appearances on international catwalks. But what are the visions that inspire the newcomers from Parsons The New School for Design in New York, the Royal Academy of Fine Arts in Antwerp, the Central Saint Martins College of Art and Design in London, or the Vantan Design Institute in Tokyo? The renowned lifestyle specialist, Patrice Faramah, with her poignant quotes and short interviews offers us insights into this file of 38 young designers. Simon Collins, Dean of Parsons The New School, tells us what genuine qualities a fashion designer needs to have in order to gain the approval of the scene and long-term success.

Sie sind jung, ihre Leidenschaft ist heiß und viele von ihnen haben auf den Laufstegen der Welt schon eindrucksvolle Auftritte hingelegt. Aber welche Visionen beflügeln die Newcomer von der Parsons The New School for Design in New York, der Royal Academy of Fine Arts in Antwerpen, dem Central Saint Martins College of Art and Design in London oder dem Vantan Design Institute in Tokio? Mit prägnanten Zitaten und Kurzinterviews vertieft die renommierte Lifestyle-Expertin Patrice Faramah das Defilee der 38 Jungdesigner. Simon Collins, Direktor der Parsons The New School, verrät, welche genuinen Eigenschaften einen Modeschöpfer ausmachen, der die Szene begeistert und sich nachhaltig durchsetzt.

NEXT LEVEL – INDIE GAMES



● Edited by Bjoern Bartholdy
Text in English
Design by Meiré und Meiré
Flexicover with flaps
22,5×22,5 cm / 8.9×8.9 in
360 pages
€45,00 / \$65,00 / £40,00

ISBN 978-3-942597-16-6

SPRING 2012

The independent scene of games has, like many other audio-visual forms of art, become a driving force in the industry by promoting innovative contents and designs. Means of production, that are easily accessible, and online distribution have made this possible, thus leading to a change of paradigm in the field of computer and video games. „Indie Games“ introduces about 50 developers and their products with interviews and numerous illustrations. Björn Bartholdy teaches audio-visual design at the International School of Design in Cologne and heads the Cologne Game Lab at the technical college there. He can look back on more than 20 years of experience in the field of media design and has published a number of books on this topic.

Die Independent-Szene im Bereich der Games hat sich ähnlich anderen audiovisuellen Künsten zu einem wesentlichen Branchen-Motor in Bezug auf die Innovation von Inhalten und Gestaltung entwickelt. Leicht verfügbare Produktionsmittel und eine im Internet basierte Distribution haben dies ermöglicht und so zum Paradigmenwechsel bei Computer- und Videospiele geführt. „Indie Games“ stellt ca. 50 Developer und deren Produkte in Interviews und zahlreichen Bildern vor. Björn Bartholdy lehrt audiovisuelle Gestaltung an der Köln International School of Design und leitet das Cologne Game Lab an der Fachhochschule Köln. Er blickt auf mehr als 20 Jahre Erfahrung im Bereich Mediengestaltung zurück und hat bereits mehrere Bücher zu diesem Thema veröffentlicht.

FRESH I-III

Cutting-Edge Illustrations



● Edited by Slanted
Text in English
Design by Magma Brand Design
Flexicover with flaps
20×26,5 cm / 7.9×10.4 in
336 pages each book
3 Vol. Box Set
€125,00 / \$175,00 / £115,00

ISBN 978-3-942597-07-4

FRESH 1 – OBJECT
ISBN 978-3-942597-06-7
FRESH 2 – PUBLIC
ISBN 978-3-942597-05-0
FRESH 3 – PRINT
ISBN 978-3-942597-04-3

€45,00 / \$65,00 / £40,00

AVAILABLE

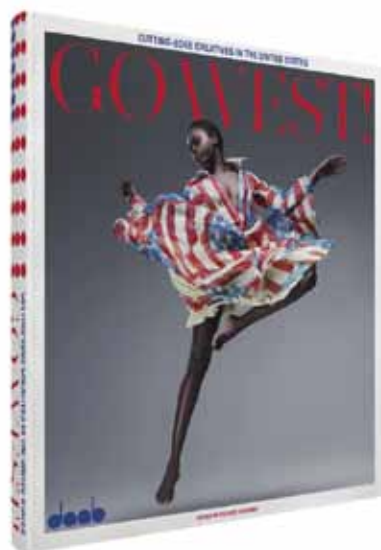
Illustration is back! In an incomparable triumphant march it conquers print media as well as product design, does not even stop at the doors of private homes, and covers facades, cars, and public buses in all variations possible. Its potential seems to have no limits. Cartoons and street art make their way into museums and the advertising industry. Funny, narrative, aggressive, poetic, or surreal, its effervescence, personal approach, and original charm fill the gray of daily routine with color and joy. These three vibrant volumes present more than 1,400 projects from the fields of object, public, and print. The selection was made by a jury of professional illustrators. FRESH was edited by Slanted, the prize-winning typography magazine and weblog, and realized by its regular graphic designers, the German agency, MAGMA Brand Design. It is a must-have source of inspiration for all creatives and those who want to join their ranks.

Die Illustration ist zurück! In einem unvergleichlichen Siegeszug erobert sie Printmedien wie Produktdesign, macht selbst vor der Haustür nicht halt und überzieht in allen erdenklichen Variationen Fassaden, Autos und Linienbusse. Ihr Potential scheint unerschöpflich. Komik und Street-Art halten Einzug in die Museen und in die Werbeindustrie. Ob witzig, erzählerisch, aggressiv, poetisch oder surreal – ihre überbordende Vitalität, der persönliche Charakter und fantasievolle Charme bringen

Farbe und Freude in den grauen Alltag. Die drei prall gefüllten Bände präsentieren über 1.400 Arbeiten aus den Bereichen Object, Public und Print. Eine Jury aus professionellen Illustratoren besorgte die Auswahl. Herausgegeben von Slanted, dem preisgekrönten Typografie-Magazin und Weblog, und gestaltet von dessen Hausgrafikern, der deutschen Agentur MAGMA Brand Design, ist FRESH eine unverzichtbare Inspirationsquelle für alle Kreativen und solche, die es werden wollen.

GOWEST!

Cutting-Edge Creatives in the United States



● Edited by Patrice Farameh
Text in German / English
Design by Meiré und Meiré
Hardcover with jacket
24×28 cm / 9.4×11 in
384 pages
€55,00 / \$75,00 / £50,00

ISBN 978-3-942597-13-5

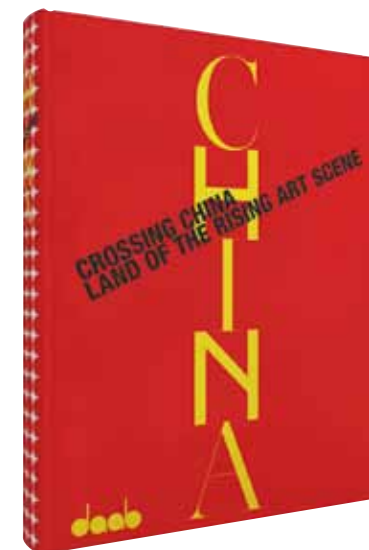
AVAILABLE

The centers of an American creative industry, aware of its responsibility to make the world a better place, are located along an axis connecting New York, Chicago, and L.A. With intelligent interviews and breathtaking illustrations GOWEST! introduces sixty prominent representatives from the fields of advertising, architecture, art, design, fashion, and photography. However, artists like Terence Koh – who inspired Lady Gaga’s quote, “When I’m around Terence I just want to poop out ideas nonstop” (ArtForum) – refuse to be restricted to one sphere of interest only. GOWEST!, a brilliant realization of the theme by Meiré und Meiré, from the first to the last page offers a fascinating panorama of new horizons.

An der Achse New York – Chicago – L. A. liegen die Zentren einer amerikanischen Kreativindustrie, die sich ihrer Verantwortung für eine bessere Welt bewusst ist. Mit klugen Interviews und atemberaubenden Bildern präsentiert GOWEST! sechzig herausragende Vertreter aus den Bereichen Werbung, Architektur, Kunst, Design, Mode und Fotografie. Allerdings lassen sich Künstler wie Terence Koh – der Lady Gaga zu dem Satz inspirierte: „When I’am around Terence I just want to poop out art ideas nonstop“ (ArtForum) – nicht auf eine Sparte festlegen. In der kongenialen Umsetzung des Themas aus dem Hause Meiré und Meiré bietet GOWEST! bis zur letzten Seite einen faszinierenden Ausblick auf neue Horizonte.

CROSSING CHINA

Land of the Rising Art Scene



● Edited by Gérard Goodrow
Text in German / English
Design by Meiré und Meiré
Hardcover with jacket
24×28 cm / 9.4×11 in
384 pages
€55,00 / \$75,00 / £50,00

ISBN 978-3-942597-12-8

SUMMER 2012

CROSSING CHINA introduces the highly fascinating art scene in China at the dawn of the 21st century. The book is conceived as a journey through the five major cultural capitals of the rapidly changing People’s Republic of China: Beijing, Shanghai, Hong Kong, Shenzhen and Guangzhou. Each chapter introduces the major stakeholders in the interrelated fields of art, architecture and photography. The breathtaking changes that have swept over this booming nation have generated an hitherto unheard of creative output that not only reflects the country’s tremendous cultural breakthrough, but also and especially points towards a fascinating and extraordinary cultural scene with global influence.

Gérard Goodrow, besides his many commitments in the world of art, was chairman of the jury for the “Chinese Art Prize”, the most important award for young contemporary art in China.

CROSSING CHINA ist eine Einführung in die hinreißende Kunstszene Chinas auf der Schwelle zum 21. Jahrhundert. Reisen Sie in die fünf großen Kulturhauptstädte der im Aufbruch befindlichen Volksrepublik China: Beijing, Shanghai, Hongkong, Shenzhen und Guangzhou. Die einzelnen Kapitel machen Sie mit den wichtigsten Vertretern der miteinander verflochtenen Sparten Kunst, Architektur und Fotografie bekannt. Der atemberaubende Wandel im boomenden Riesenstaat begünstigt eine nie dagewesene kreative Produktivität, die nicht nur den gewaltigen kulturellen Aufbruch spiegelt, den China derzeit erlebt, sondern zugleich seine äußerst vielfältige, global vernetzte überragende Kulturszene. Gérard Goodrow war neben seinen vielen Funktionen im Kunstbetrieb von 2005 bis 2008 Vorsitzender der Jury des „Chinese Art Prize“, der wichtigsten Auszeichnung für junge Gegenwartskunst in China.



“WHEN WE GREW UP, WE HAD NO
FREEDOM OF EXPRESSION.
YOU COULD EVEN REPORT YOUR
FATHER OR MOTHER TO THE
AUTHORITIES. THIS WAS A VERY
EXTREME ATMOSPHERE. EVEN TO
THIS DAY, PEOPLE STILL TELL ME TO
BE CAREFUL AND NOT TO BE
TOO CRITICAL IN MY BLOG. BUT I
THINK THAT EVERYBODY HAS TO DO
THINGS THEIR OWN WAY.”

Quelle: Ai Weiwei im Interview mit Hans Ulrich
Obrist, erschienen im Electronic Beats Magazine,
Issue 26-02/2011, S. 51.

AI WEIWEI

Architecture



● Edited by Caroline Klein
Text in German/ English / French /
Spanish / Italian / Chinese
Cover design by Meiré und Meiré
Hardcover
18×23 cm / 7.1×9.1 in
176 pages
€25,00 / \$35,00 / £22,50
ISBN 978-3-942597-01-2

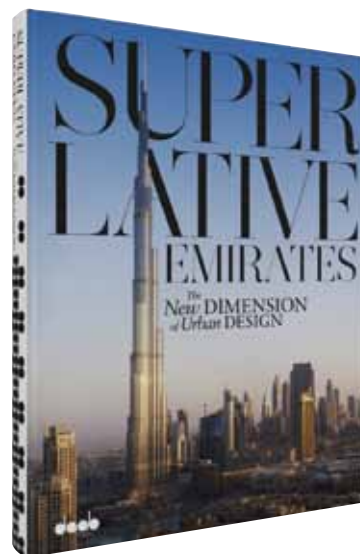
AVAILABLE

Only after the Olympic “Birds Nest” did it become common knowledge that the Chinese artist, Ai Weiwei, also sets new standards in architecture. The national stadium in Beijing, designed in cooperation with the Swiss architectural firm Herzog & de Meuron, marked the zenith of a busy phase of construction. Ai Weiwei’s interest in architecture is closely linked to his artistic and political persona. With the razing of his studio by the Chinese authorities shortly before his arrest in 2011, the prototype of an architecture that, as a form of protest, contrasted values like simplicity and respect for man and nature with China’s brutal methods of modernization was destroyed.

Erst durch das olympische „Vogelnest“ wurde bekannt, dass der chinesische Künstler Ai Weiwei auch als Architekt Maßstäbe setzt. Das gemeinsam mit dem Schweizer Architekturbüro Herzog & de Meuron entworfene Pekinger Nationalstadion markiert den Höhepunkt einer regen Bautätigkeit. Ai Weiweis Interesse an Architektur ist eng mit seinem künstlerischen und politischen Selbstverständnis verknüpft. Die Zerstörung seines Atelierhauses kurz vor seiner Verhaftung 2011 durch die chinesischen Behörden traf den Prototyp einer Architektur, die mit Wertmaßstäben wie Einfachheit und Respekt gegenüber dem Menschen und der Natur bewusst gegen die brachialen Modernisierungspraktiken Chinas opponiert.

SUPERLATIVE EMIRATES

The New Dimension of
Urban Design



● Edited by Caroline Klein
Text in German / English
Design by Meiré und Meiré
Hardcover with jacket
24 × 31,5 cm / 9.4 × 12.4 in
240 pages
€ 50,00 / \$ 70,00 / £ 45,00

ISBN 978-3-942597-08-1

FALL 2011

It took only a few years for Dubai and Abu Dhabi to become glittering metropolises with state-of-the-art technological standards, the highest highrises, the largest airports, and the world's largest artificial islands. However, there still is no end in sight, and the other member states of The United Arab Emirates are following suit. DAAB publishers are responding to this high-speed development with a sequel to its first stocktaking in Dubai Architecture & Design. About 30 major projects of internationally leading architectural firms, either still in the planning phase or already under construction – among them the sustainable and CO₂-neutral Masdar City by Foster + Partners – are comprehensively introduced with texts and photographs and with the already time-tested solicitude.

Innerhalb weniger Jahre haben sich Dubai und Abu Dhabi zu glitzernden Metropolen verwandelt, auf höchstem technologischem Standard, mit den höchsten Hochhäusern, dem größten Flughafen und den größten künstlichen Inseln der Welt. Aber noch ist kein Ende abzusehen, und auch die anderen Mitgliedsstaaten der Vereinigten Arabischen Emirate ziehen nach. Der DAAB Verlag reagiert auf die galoppierende Entwicklung mit einem Folgeband seiner ersten Bestandsaufnahme in Dubai Architecture & Design. Rund 30 geplante und teils schon im Bau befindliche Großprojekte international führender Architekturbüros – darunter die nachhaltige, CO₂-neutrale Masdar City von Foster + Partners – werden in bewährter Sorgfalt in Wort und Bild ausführlich vorgestellt.

FUTURISTIC

Visions
of Future Living



● Edited by Caroline Klein
Author Stefanie Lieb
Text in German / English
Design by Meiré und Meiré
Hardcover with jacket
24 × 28 cm / 9.4 × 11 in
272 pages
€ 55,00 / \$ 75,00 / £ 50,00

ISBN 978-3-942597-09-8

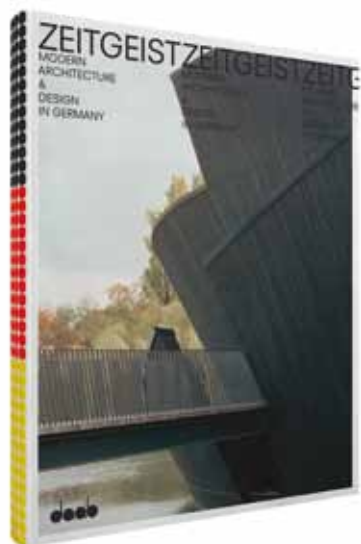
FALL 2011

What will the world look like in a hundred years from now? If global processes cannot be stopped, we at least have the chance to respond to them. Cities, shooting up like mushrooms, a shortage of resources, and climatic changes call for a new way of thinking. Time is pressing. Fortunately, there is no lack of visionaries and pioneers of sustainability. Futuristic presents about 50 of them: designers, architects, artists, scientists, cooperatives, and individualists, who are working for progress all around the globe. "We do not actually want to conquer space, but to expand the earth into the infinite. We do not need other worlds, but a mirror ... Man needs fellow human beings." [Stanislaw Lem, Solaris, 1972]

Wie sieht es auf der Erde in hundert Jahren aus? Wenn sich globale Prozesse schon nicht aufhalten lassen, so können wir doch darauf reagieren. Explosionsartig wachsende Städte, Rohstoffknappheit und Klimawandel verlangen nach einem neuen Denken. Die Zeit drängt. Glücklicherweise mangelt es nicht an Visionären und Pionieren der Nachhaltigkeit. Futuristic stellt rund 50 davon vor: Gestalter, Architekten, Künstler, Wissenschaftler, Kooperativen und Einzelkämpfer, die rund um den Globus am Projekt Zukunft arbeiten. „Wir wollen den Weltraum gar nicht erobern. Wir wollen die Erde ins Unendliche erweitern. Wir brauchen keine anderen Welten, wir brauchen einen Spiegel. ... Der Mensch braucht den Menschen.“ [Stanislaw Lem, Solaris, 1972]

ZEITGEIST

Modern Architecture & Design
in Germany



● Text in German / English
Design by Meiré und Meiré
Hardcover with jacket
24×28 cm / 9.4×11 in
384 pages
€55,00 / \$75,00 / £50,00

ISBN 978-3-942597-11-1

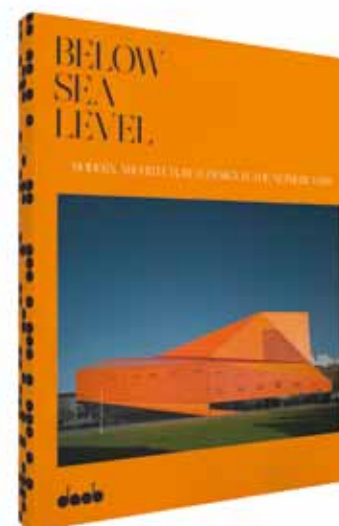
SUMMER 2012

The German architectural and design scene is marked by imaginative and progressive concepts on a state-of-the-art technical and conceptual level. In this context, within the last years a trend has emerged that does not only interprets design in terms of style and aesthetics, but explores fields that are closely linked with societal and social aspects. The pressing question of "How do we want to live?" concerns itself with new forms of multi-generational communities as well as ecological methods of construction, a field where Germany sets standards worldwide. This reflects a pronounced consciousness in regard to our responsibility for the future. ZEITGEIST presents the current developments in German architectural and design firms with pertinent examples by established firms as well as by newcomers to the scene.

Die deutsche Architektur- und Designszene zeichnet sich durch ideenreiche und progressive Konzepte auf höchstem technischem und gestalterischem Niveau aus. Dabei ist in den letzten Jahren ein Trend zu beobachten, der Design nicht nur als eine Frage des Stils und der schönen Form versteht, sondern in Bereiche vordringt, die eng mit gesellschaftlichen und sozialen Aspekten verbunden sind. Die drängende Frage „Wie wollen wir leben?“ betrifft neue Strukturen des Zusammenlebens der Generationen ebenso wie das ökologische Bauen, für das Deutschland weltweit Maßstäbe setzt. Hier gibt es ein ausgeprägtes Bewusstsein von der Verantwortung für unsere Zukunft. ZEITGEIST spiegelt die aktuelle Entwicklung in den deutschen Architektur- und Designbüros anhand einschlägiger Beispiele, die sich sowohl bei den Etablierten als auch den Newcomern der Szene finden.

BELOW SEA LEVEL

Modern Architecture & Design
in the Netherlands



● Text in German / English
Design by Meiré und Meiré
Hardcover with jacket
24×28 cm / 9.4×11 in
384 pages
€55,00 / \$75,00 / £50,00

ISBN 978-3-942597-10-4

SUMMER 2012

Holland's special geographic location also calls for special concepts. The country below sea level draws its cultural infrastructure from the dangers as well as the advantages of this worldwide unique situation. Limited space, the construction of buildings at the shore and on the water, the production of wind power on a large scale – these are only a few of the forces that inspire the sensational love of experimenting shown by Dutch architects and designers. BELOW SEA LEVEL presents the Dutch way with the most innovative concepts of its architectural and design avant-garde.

Die besondere geografische Lage Hollands erfordert besondere Konzepte. Das Land unterhalb des Meeresspiegels entwickelt seine kulturelle Infrastruktur sowohl aus den Gefahren wie den Vorteilen dieser weltweit einmaligen Situation. Der begrenzte Raum, Bauen am und im Wasser, Energiegewinnung durch Wind im großen Stil – dies sind nur einige der Antriebskräfte für die aufsehenerregende Experimentierfreude holländischer Architekten und Designer. BELOW SEA LEVEL stellt den holländischen Weg mit den innovativsten Entwürfen seiner Architektur- und Designavantgarde vor.

ARCHI-TECTONICS



● Edited by Winka Dubbeldam
Text in German / English / French /
Spanish / Italian
Cover design by Meiré und Meiré
Hardcover
18×23cm / 7.1×9.1in
176 pages
€25,00 / \$35,00 / £22,50

ISBN 978-3-942597-00-5

AVAILABLE

Archi-Tectonics is a New York lab which develops sustainable and biomorph architectural art. Its designs function like living organisms. A historic warehouse in Soho is enclosed with an eleven-storied glass facade, whose flowing, moving shapes mimic a waterfall. Ecological and social considerations led to the rural structure of the MCF Academy in Monrovia, Africa. At Manhattan's shore artificial islands will create floating oases, connected by "intelligent" highways. The visionary architectural firm was established in 1994 by the Dutchwoman Winka Dubbeldam, who comprehensively describes her exciting new definition of architecture in this book.

Archi-Tectonics ist ein New Yorker Labor zur Entwicklung einer nachhaltigen, biomorphen Baukunst. Seine Entwürfe funktionieren wie vitale Organismen. Eine elfgeschossige Glasfassade umspielt ein historisches Lagerhaus in Soho in fließenden, bewegten Formen wie ein Wasserfall. Ökologische und soziale Aspekte führten zu der dorftartigen Struktur der MCF Academy in Monrovia, Afrika. Am Gestade Manhattans sollen künstliche Inseln schwimmende Oasen schaffen, die durch „intelligente“ Schnellstraßen miteinander verbunden werden. Gegründet wurde das visionäre Architekturbüro 1994 von der Holländerin Winka Dubbeldam, die in diesem Band ihre begeisterte Neudefinition von Architektur ausführlich erläutert.

PAOLA NAVONE



● Edited by Caroline Klein
Text in German / English / French /
Spanish / Italian
Cover design by Meiré und Meiré
Hardcover
18×23cm / 7.1×9.1in
176 pages
€25,00 / \$35,00 / £22,50

ISBN 978-3-942597-02-9

AVAILABLE

Wellness materials and a carefree mix of patterns – the Italian architect and designer draws her inspirations from local artisan traditions she discovers during her travels. Colorful enameled dishes and handmade tiles create an atmosphere of understatement that adapts to human needs and not the other way around. Paola Navone belongs to the Italian avantgarde of design around Ettore Sottsass, who have declared war on the dogmatism of taste. In 2000 she was awarded the title Designer of the Year by Architektur & Wohnen. The book offers insights into the art of creating magic spaces with the help of skill-ful color combinations, select accessories, and light effects.

Wohlfühlmaterialien und ein unbekümmerter Mustermix – die italienische Architektin und Designerin lässt sich auf ihren Reisen von den lokalen handwerklichen Traditionen inspirieren. Bunt emailiertes Geschirr und handgearbeitete Kacheln verbreiten ein Understatement, das sich den menschlichen Bedürfnissen anpasst und nicht umgekehrt. Paola Navone zählt zur italienischen Design-Avantgarde um Ettore Sottsass, die dem Geschmacksdogmatismus den Kampf ansagte. 2000 wurde sie von Architektur & Wohnen zur Designerin des Jahres ernannt. Der Band gibt Einblick in die Kunst, mit raffiniert kombinierten Farben und Lichteffekten, charaktervollen Möbeln und ausgesuchten Accessoires magische Orte zu erschaffen.



**THE CURATED
COLLECTION™**

As part of a redevelopment campaign for the new decade, DAAB MEDIA is introducing the recently launched THE CURATED COLLECTION™ by FARAMEH to the international publishing market. The affiliation begins a new chapter for both companies, establishing FARAMEH line of books with a solid platform with worldwide distribution and giving DAAB MEDIA a direct new outlet into the special edition luxury book market.

FARAMEH MEDIA is a boutique publishing company based in New York City that is spearheaded by Patrice Farameh, an expert in luxury and global corporate projects who produces art books for the international market. With the titles in its debut program, FARAMEH publications target an edgy and upscale market in the contemporary fashion, art and design industries.

Im Rahmen einer Umstrukturierungskampagne für das neue Jahrzehnt übernimmt DAAB MEDIA die Einführung des kürzlich lancierten FARAMEH Programms THE CURATED COLLECTION™ auf dem internationalen Buchmarkt. Beide Unternehmen schlagen damit ein neues Kapitel auf: FARAMEH erhält für seine Publikationsreihe eine solide Plattform mit weltweitem Distributionsnetz, DAAB MEDIA ein Standbein im Marktsegment edler Luxuseditionen.

FARAMEH MEDIA ist ein Boutique-Verlag mit Sitz in New York City. Unter der Federführung von Patrice Farameh, die auf die Realisierung anspruchsvoller Projekte für Weltunternehmen spezialisiert ist, entwickelt das Haus primär Kunstbücher für den internationalen Markt. Mit seinen ersten Titeln zielt FARAMEH auf ein trendiges, exklusives Marktsegment in der topaktuellen Mode-, Kunst- und Designbranche.

THE SECRET SOCIETY

Modern Speakeasy
Style and Design



● Curated by Anonymous
Text in English
Hardcover
34,3×24,8 cm / 13.5×9.75 in
312 pages
€ 75,00 / \$ 95,00 / £ 65,00

ISBN 978-0-9840341-0-9

SUMMER 2012

Gaining access into worlds hitherto unknown is a most intoxicating privilege. In an era when even the most obscure knowledge is widely available, secrecy is at a premium. Perhaps this is why, well past the Prohibition era, the contemporary speakeasy thrives, albeit under the radar. These destinations, infused with an illicit, festive atmosphere, admit only the most discerning, daring, and "in the know" night crawler. In this beautifully illustrated book we will reveal the coordinates of some of the world's most exclusive hotspots that speak volumes to the true nightlife connoisseur. Through photographs and interviews with elite nightlife impresarios, SPEAKEASY takes us on a journey into an alluring underground culture.

FOR WHICH IT STANDS

The American Flag
in Contemporary Art



● Curated by Patrice Faramah
Text in English
Hardcover in slipcase
24,8 × 34,3 cm / 9.75 × 13.5 in
252 pages
€ 90,00 / \$ 125,00 / £ 80,00

ISBN 978-0-9840341-1-6

SUMMER 2012

The American flag is the quintessential symbol of the land of opportunity in which our highest dreams and aspirations are united. As a representation of the greatest heights of freedom and human attainment, it inspires the imagination. Conceived of as a joyous exclamation of progress, the flag provokes the most spirited emotional responses the world over. FOR WHICH IT STANDS presents a collection of contemporary artists, working in diverse media, who use this revered emblem to relate their own ideals.

THE WILD HORSES OF SABLE ISLAND



● Photoworks by Roberto Dutesco
Text in English
Hardcover in slipcase
35,6 × 27,9 cm / 14 × 11 in
252 pages
€ 90,00 / \$ 125,00 / £ 80,00

ISBN 978-0-9840341-2-3

SPRING 2012

On an uninhabited island off the coast of northeastern Canada, about the length of Manhattan and the width of Central Park, descendants of over 475 shipwrecks from the 19th century run free. A liberated race of steeds, they remain untainted by the modern world. Pure and unafraid, THE WILD HORSES OF SABLE ISLAND inspire those that look upon them with wild beauty. Roberto Dutesco, a world-renowned photographer, artist, explorer and poet, discovered this magical isle, and since 1994, has decided to devote himself fully to capturing these noble creatures and revealing their existence to a wider audience. THE WILD HORSES OF SABLE ISLAND presents a collection of Dutesco's exhilarating and magnificent portraits in a beautiful art book designed by Susanne Schaal. This is the first collection to be presented in print.

THE ROUGH LUXE MOVEMENT

"IF YOU AGE SOMETHING,
IT'S A FALSE TRUTH. WE WILL
NOT ADD PATINA." SA

Seeds of the Rough Luxe movement have long been planted in the design traditions of other countries. In France, interiors are filled with finds from the famous 'marchés aux puces,' while in England, the architecture of sprawling Edwardian manors or Georgian townhouses lends a dignified temperament to an updated decor. This decade Rough Luxe design was brought to worldwide attention with the help of a select group of insightful tastemakers. Less than a decade ago ROBIN STANDEFER and STEPHEN ALESCH, two like-minded production designers with a background in fine art and architecture, formed a new firm: Roman and Williams Buildings and Interiors. Together they have distilled the essence of this new design phenomenon, a style that infuses a narrative into an environment with emotion, warmth and confidence. As leaders of the Rough Luxe movement, their body of work, landmarked by their design of The Ace Hotel and The Standard New York has and will continue to shape the course of design throughout the new century.

ROBIN STANDEFER
STEPHEN ALESCH

"ROUGH LUXE IS THE
ANTITHESIS OF CLEAN,
WHITE, STARK JADED
MODERNISM." RS



"THE ROUGH LUXE MOVEMENT
IS REALLY ABOUT EMBRACING
OUR HUMANITY." RS

"ROUGH LUXE HAS
LIFE IN IT. IT IS REALISM
AND THE OPPOSITE OF
ABSTRACT." SA

ROUGH LUXE DESIGN

The New Love of Old



● Curated by Kahi Lee
Introduction by Robin Standefer and
Stephen Alesch of Roman & Williams
Text in English
Hardcover in slipcase
34,3×24,8 cm / 13.5×9.75 in
346 pages
€90,00 / \$125,00 / £80,00

ISBN 978-0-9830831-2-2

FALL 2011

The worn, vintage and unfinished look of 'rough luxe' is more than just the masculine side of shabby chic. It creates the kind of authenticity that is unscripted history in physical form. It reinvents the past by redefining luxury today. Here design rejects minimalism and extravagance and celebrates imperfection. It is the embodiment of real at a time when the unexpected and the surprising is valued higher than pristine and probable. Design elements are washed and worn with history, reminding us of by-gone times with an industrial look into the future. Fabrics are distressed over immaculate furnishings, painted walls are faded like expressionist fine art, and perfectly torn wallpaper shows the multiple years of its story. ROUGH LUXE DESIGN features the most exclusive list of interior designers, furniture purveyors, industrial designers, and trend-setting entrepreneurs responsible for bringing "rough luxury" into the cultural consciousness. This beautifully illustrated book showcases the best examples of how the masterful staging of raw imperfection can fulfill the desire for a luxury design.

KAHI LEE has appeared as a host and expert on numerous design programs such as the Style Network and HGTV and as a regular on-air contributor for The Rachael Ray Show as well as making guest appearances on The Early Show (CBS), among others, and is fast becoming one of the most recognizable faces in lifestyle television programming. She also owns and operates a 6,000 square foot home furnishings and drapery manufacturer in Los Angeles where she produces custom pieces for high profile clients that include actors, rock stars, professional athletes and luxury high-rise residential developments. Kahi is a major proponent of "rough luxury" in her own aesthetic as well as having been immersed in the interior design industry long enough over the past decade to witness the trend's ascending popularity first-hand.

by Horace

“I WAS WHAT YOU ARE, YOU WILL BECOME WHAT I AM.”

INTERVIEW
with **PATRICE FAREMEH**

Why do you think the symbol of the skull has been and still is such an important symbol in art and design today?

Seeing a skull can be a life-changing experience. Carl Jung decided to go into psychology after dreaming of a skull. For him, it signified his previously unrealized desire to probe the secrets of the mind. As proof of the finality of your waking life, it is the quintessential symbol for taking your own life by the reins. Of late, the skull has been popping up in more art fairs throughout the world. I feel this is a result of the oft-quoted belief that “society gets the art it deserves.” Skulls have always found a way into our social consciousness, yet for the past few years, they seem to have an unprecedented and prolific presence. The prevalence of skulls in artwork, design, fashion and jewelry carries our ongoing dialogue about life and death further into the mainstream than ever before.

What was the underlying theme of the art and design you are presenting in your book?

We all know that flesh is temporary, but bones endure for quite a while longer, reminding each new generation of humans about life, death and all of the essential matter in-between. In SKULL STYLE, we question how this ritualistic, religious, frightful, intimidating, dark and menacing bony face has become the hip, colorful, mocking, beautiful, playful, and sometimes cute-as-a-bunny-rabbit symbol that it is today.

How did you decide on which artists to feature in SKULL STYLE?

A key aspect of curating the art in this book was in finding diversity. Every page swings to and from emotions – between rough and luxurious, beautiful and disturbing, fascinating and repulsive. You won’t find prosaic T-shirts emblazoned with crystals or lighters that flare with the press of a skull’s head. These are artists and de-

signers who convolute and manipulate the skull in not only new and surprising ways, but with the utmost respect for what the skull embodies.

How are some of the most interesting and different ways the skull is used by artists featured in SKULL STYLE?

The skull here is revered, exalted and celebrated. It is venerated with the same enthusiasm seen during the national Day of the Dead celebrations, where sugared skulls are eaten and people dance for the ultimate liberation of death. Great contemporary art is about defiance, and what better symbol than the skull. It’s the rebel without a cause, it’s the Hell’s Angel, it’s the rebellious teenager with tattoos on its arm, each of them carrying the symbol of defiance proudly in the shape of the skull on their sleeves or skin. Today, contemporary artists are out to be the new Warhol: defiant, fearless and intelligent. Angelo’s skulls are embroidered on fine silk with gold leaf; Jim’s skulls are carefully born from fine threads; Jan’s skulls are covered with scarab wing cases; Agus’ skull is adorned with a tiara and holds a rose between its teeth, and Cameron’s skull is a massive collage of fine oil paintings of flowers and babies. Kelsey’s skull emits rays of colors from its eyes; Mauro’s skulls sit atop flower stems as rosebuds; Ron’s skull has stars in its eyes, while Damien’s notorious diamond-encrusted skull has a big toothy smile on its face.

Why do you think the skull as symbol has endured, or rather exploded, in the recent decade?

Though our society has been flooded with skull imagery, its use nevertheless remains interesting, inviting original thoughts whenever looked upon. Skulls are not only a symbol of mortality and rebellion, they serve to inspire, incite and evoke emotion. The commodification and hyper-commercialization of the skull in fashion and design has stripped it of the connotations it carried in decades past, and imbued it with new ones. The highly creative people in the pages of SKULL STYLE have resurrected the glory of this symbol for our modern times and themes.

SKULL STYLE

Skulls in Contemporary Art
and Design



● Curated by Patrice Faremeh
Text in English
Four different cover designs by
Lucien Pellat-Finet
Hardcover with special box
34,3×24,8 cm / 13.5×9.75 in
496 pages
€90,00 / \$125,00 / £80,00

Camouflage Cover
ISBN: 978-0-9830831-6-0
Neon Camouflage Cover
ISBN: 978-0-9830831-3-9
Neon Green Snake Cover
ISBN: 978-0-9830831-7-7
Metallic Black Cover
ISBN: 978-0-9830831-8-4

FALL 2011

SKULL STYLE is a beautifully designed book that presents not only one of the most ancient symbols used in the history of mankind but how it is utilized in the most surprising and modern way today. Formerly an emblem of evil and mortality, the skull has been transformed into an avant-garde design element used in the most cutting-edge art, chic interiors and vanguard style of the moment. Whether embellished on costly T-shirts, woven on limited edition chairs, and even encrusted with diamonds sold at an art auction for \$100 million, the skull is no longer just a daunting memento of our frail mortality but a contemporary figure of fashion. This 496-page book shows how this once morbid trinket of death has been reinvented in the much-desired artwork and design by the tastemakers of tomorrow.



PRIVATE LABEL COLLECTION™
limited-edition of 1,000 copies
Hand-painted by Peter Tunney
numbered and signed
Hardcover with special box
496 pages
34,3×24,8 cm / 13.5×9.75 in
€800,00 / \$1.000,00 / £700,00

ISBN: 978-0-9830831-9-1

SPRING 2012

DESIGN BEHIND DESIRE

The Sensuous Textures
of Wanting



● Curated by Lisa Z. Morgan
Text in English
Creative Direction Susanne Schaal
Hardcover with open slit
32,4×24,8 cm / 12.75×9.75 in
368 pages
€75,00 / \$95,00 / £65,00

ISBN 978-0-9830831-5-3

FALL 2011

DESIGN BEHIND DESIRE is a beautifully conceived book about wanting, longing, yearning, generating and fulfilling of a highly sexual and erotic nature and, as an entity within itself, becomes an object of desire as each sensuously laden page is turned. It both demonstrates and embodies desire by exploring the most beautiful objects of and for desire where integrity, beauty, sexuality and sensuality are at the heart of the creations. Many of the striking objects that are depicted are quite dark, bondage inspired, some surreal, others delicate, there are voluptuous pieces and there are one or two eccentric but nevertheless brilliant creations. All are united in the strength of their vision, conceptual depth and a high degree of craftsmanship with desire and sexuality at their core. Each curated object inspires the imagination, which is the nourishment and fountain of our desires' well-being. DESIGN BEHIND DESIRE also demonstrates how many items and genres from the world of fetish wear and bondage are inspiring and provoking fashion and design in a tangible way. How there is a tactility and truth to materials, which shifts the 'sexy' to profoundly sexual and where desire as both a concept and motivational force becomes more powerful where there is duality or

contradictory forces at play. Traversing the pages of DESIGN BEHIND DESIRE the heat rises as we explore desire through the three chapters and phases; Generating, Contemplating and Fulfilling. Hidden within Fulfilling desire, we also discover the Cabinet of Desire; a beautifully photographed volume immersed with desirous text where the mind is encouraged to wander and dance. LISA Z. MORGAN is an artist and co-founder of Strumpet & Pink. The subject and object of desire has been a palpable constant within her artistic, commercial and consultancy work both as a motivation and in its embodiment or articulation. Through her creativity and research she questions how the value of provenance, of rarity and storytelling, puts into question or provokes our understanding and relationship towards desire and our personal measures of wanting.

OBJECTS OF DESIRE

Desire is What Leads
You Through Life



● Curated by Patrice Farameh
Text in English
Hardcover
25×32cm / 9.8×12.6 in
464 pages
€90,00 / \$125,00 / £80,00

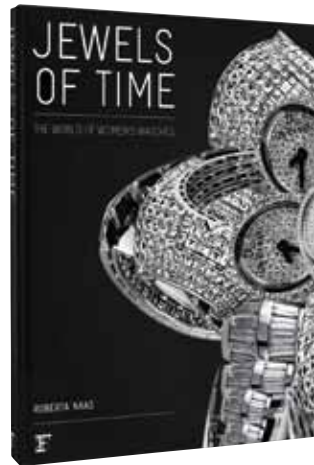
ISBN 978-0-9830831-1-5

FALL 2011

OBJECTS OF DESIRE showcases the ultimate craft, specialty and bespoke objects that elicit desire and those strong emotions that one would never expect an inanimate object to produce. Culled from around the globe, the selection of these luxurious objects might sometimes be surprising, but most always the ones that are lusted after and adored for their unique design and painstaking craftsmanship based on the highest degree of human focus and ingenuity. These precious objects possess a kind of beauty that establishes intimate emotional connections that are based on traditions of artistry and integrity, free of any traces of showiness and the overt vulgarity of the "better with bling" era. Serving as tangible reflections of personal histories and expressions of good taste, these desired pieces enter lives to become tomorrow's heirlooms. To own one of these desirable items may be a little costly, but the surrender is so sweet.

JEWELS OF TIME

The World of
Women's Watches



● Curated by Roberta Naas
Text in English
Hardcover with jacket
28×25,4cm / 11×10 in
304 pages
€45,00 / \$65,00 / £40,00

ISBN 978-0-9830831-0-8

AVAILABLE

This book focuses on the most beautiful time-keeping machines made for woman and how the design has been inspired by art, architecture and fashion. Taken to extreme heights of technological advancement, bejeweled with rare and precious stones and crafted to perfection, the examples of haute horlogerie presented in this book express an unparalleled strength in luxury and how women's wristwatches symbolize power and progress by attesting to the exciting idea of female liberation. This beautifully photographed book focuses on the most beautiful time-keeping machines made for woman and how the design has been inspired by art, architecture and fashion with complementary interviews between watchmakers and some of the most contemporary designers and trendsetters of today, showing us that telling time has truly changed for the better.

For the past nearly 25 years, ROBERTA NAAS has written extensively about jewelry and watches for a variety of different consumer publications, Internet websites and corporations. Her veteran insight is unparalleled as her experience has gained her access into some of the most confidential areas of the luxury watch and jewelry industries. Just recently, Naas was also honored by the Jewelry Information Center with the Gem Award for Excellence in Watch & Jewelry Writing. She has authored several books on the topic such as Great Timepieces of the World, Master Wristwatches, Master of the Millennium, Grand Complications, as well as editor and writer of the 500+ Annual Watches International catalog for the past seven years. She has managed to interview some of the biggest names in the watch industry, and write for approximately a dozen consumer and watch- and jewelry-specific magazines, bringing readers a totally new understanding of this rarefied industry.

FAST FORWARD: FASHION

Where Fashion
Defies Function



● Curated by Nathalie Grolimund
Text in English
Hardcover with jacket
30,5×22,2cm / 12×8.75 in
256 pages
€55,00 / \$75,00 / £50,00

ISBN 978-0-9830831-4-6

AVAILABLE

Trends come and go, but the trends of our epoch are historic, relying as they do upon the rapid changes that have taken place in every sphere due to the enormous presence of the Internet. The inaugural publication of a new book series, FAST FORWARD: FASHION presents a new crop of industry vanguards who use fabric as their medium of choice to create art rather than mere clothing. In an age when there is so much access to what is new and fresh in terms of design, it takes something truly special to really stand out. Every so often though, you encounter a designer so astonishingly adept at harnessing historical precedents and synthesizing them with vibrant talent and daring vision. The bold imagery in the pages of this book presents a selection of forward-thinking designers who take aesthetic chances. Here the collections strive to provoke dialogue by creating modernized channels for self-expression. FAST FORWARD: FASHION is what happens when "fashion defies function."

Born in Geneva, attended university in Paris, lived in Berlin and Los Angeles to finally settle in New York City, NATHALIE GROLMUND discovered the pleasures of both luxurious and artistic environments by working on international lifestyle publications in all these exciting cosmopolitan cities, bringing depth and experience to the many titles she has worked on over the years for international publishing houses. Having edited and authored several lifestyle and hotel books, Nathalie now focuses on fashion and luxury titles.

IMPRINT

© 2011 DAAB MEDIA GMBH

All rights reserved. No part of this catalogue may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopy, recording or any information storage and retrieval system, without permission in writing from the copyright owner(s).

DAAB MEDIA GMBH
Scheidtweilerstrasse 69
50933 Cologne/Germany
fon + 49 221 690 48 210
fax + 49 221 690 48 229
www.daab-media.com

CONCEPT AND LAYOUT
Meiré und Meiré, Cologne/
Germany

MANAGING EDITOR
Christiane Blass, Cologne/
Germany

TEXT
Bjoern Bartholdy, Christiane
Blass, Anja Daab, Patrice
Faramah, Horst A. Friedrichs,
Gérard Goodrow, Lars Harmsen,
Sabine Elsa Müller

GERMAN TRANSLATION
Birgit Lamerz-Beckschäfer

ENGLISH TRANSLATION
Karin Dufner

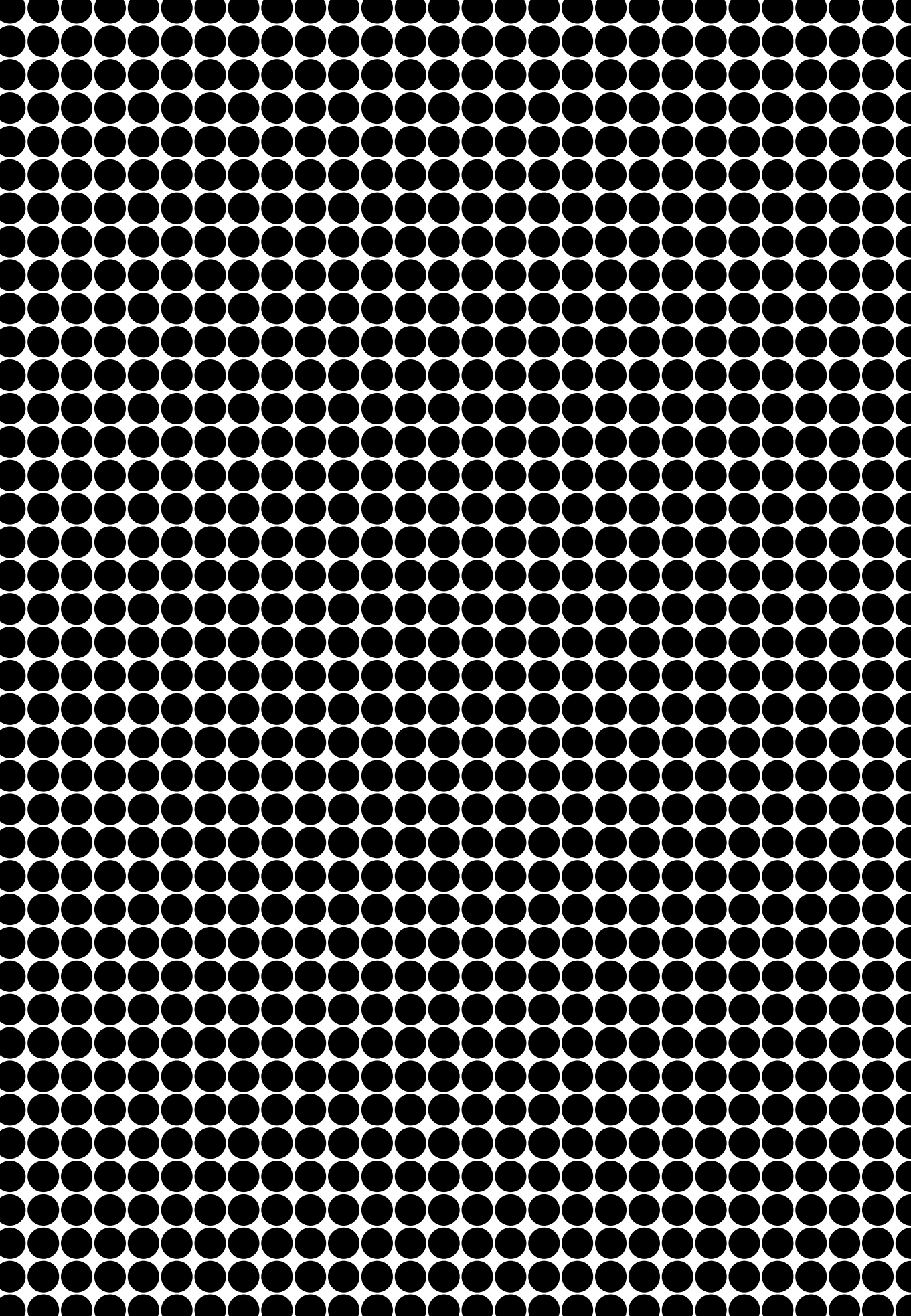
COPY PROOFREADING
Helga Berger & Michael Scuffil

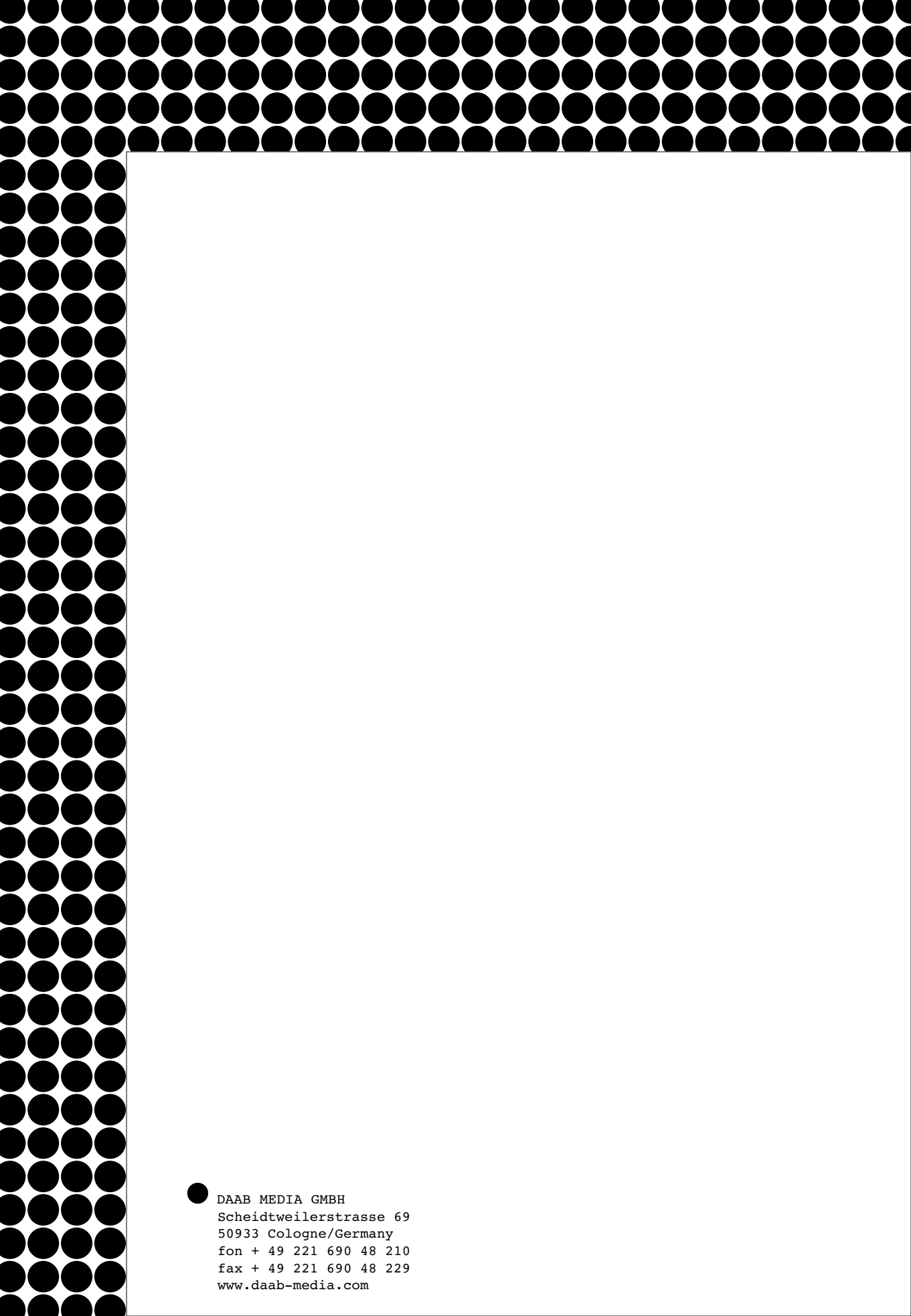
PRINTED IN GERMANY
Z.B.! Kunstdruck, Cologne

ISBN 978-3-942597-18-0



Join our community
www.edaab.com and present
your work to a worldwide
audience.





● DAAB MEDIA GMBH
Scheidweilerstrasse 69
50933 Cologne/Germany
fon + 49 221 690 48 210
fax + 49 221 690 48 229
www.daab-media.com