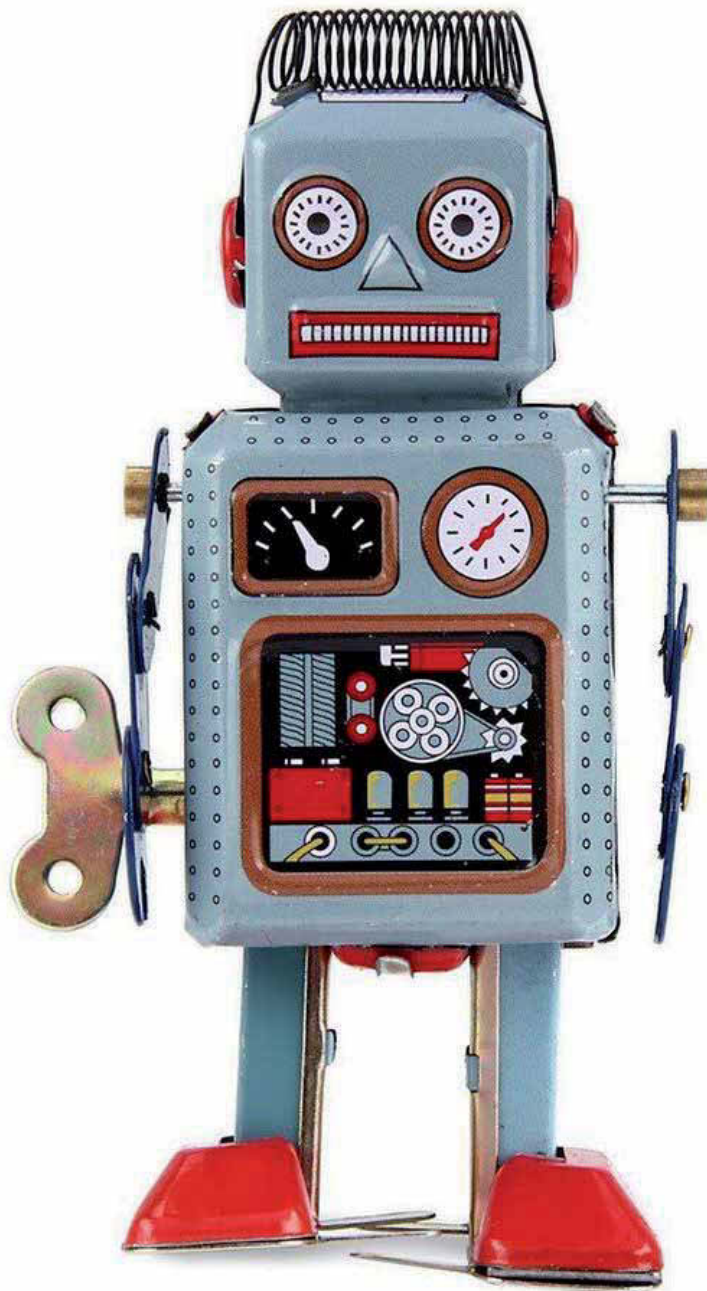


PROGRAMM HERBST 2018

SACHBUCH | RATGEBER



MIDAS MANAGEMENT VERLAG

Wer denkt und handelt wie eine Maschine, wird auch durch eine ersetzt werden.



Werden smarte Maschinen lernen, sich wie Menschen zu verhalten? Werden Roboter den Großteil unserer Arbeit erledigen? Schaffen wir uns durch unseren Automatisierungswahn am Ende selbst ab? Auf diese Fragen gibt der Innovationspsychologe und Silicon-Valley-Experte Christoph Burkhardt Antworten. »Viele smarte Maschinen verhalten sich schon heute sehr menschenähnlich. Aber die wirkliche Herausforderung liegt bei den Menschen, die sich zu sehr wie Maschinen verhalten«, sagt der in San Francisco lebende Autor. »In den meisten Fällen verlassen wir uns zu sehr auf die Kraft einer Technologie, um Veränderungen zu treiben. Unternehmen reagieren, statt aktiv am Wandel mitzugestalten.«

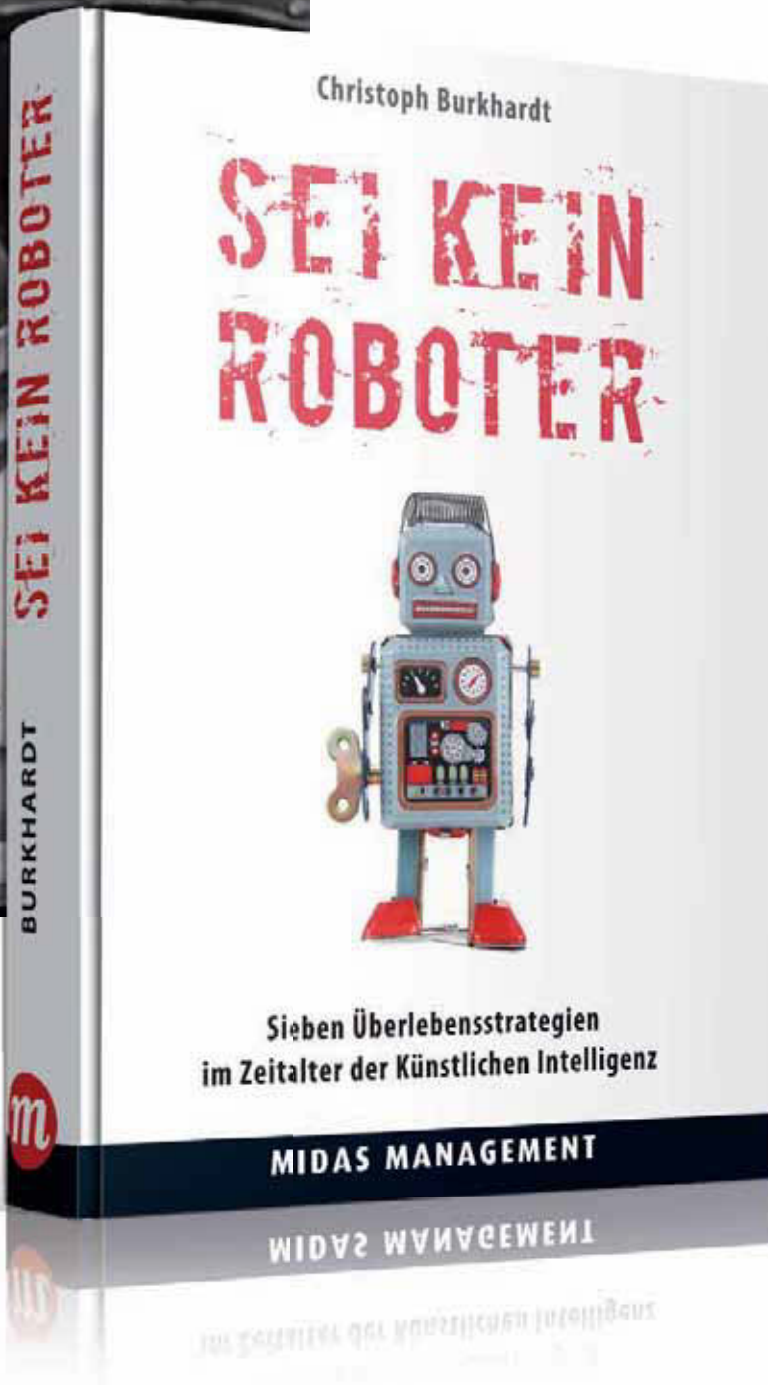
Christoph Burkhardt stellt sieben Überlebensstrategien vor, bei denen es vor allem um einzigartig menschliche Fähigkeiten und Eigenschaften geht. Diese müssen wir in den nächsten zwei Jahrzehnten ausbauen, wenn wir nicht durch smarte Maschinen ersetzt werden wollen. Manager, Entscheidungsträger und Unternehmer müssen Antworten finden, wie sich Unternehmen so gestalten lassen, dass sie auch im Zeitalter der künstlichen Intelligenz eine Überlebenschance haben, denn

der Paradigmenwechsel wird Individuen wie Organisationen enorm herausfordern. »Manchmal scheint es, die Innovation drehe sich allein um die Frage, was wir mit der Technologie realisieren können. Dabei geht es bei Innovation darum, eine Frage zu beantworten, die noch nie zuvor gestellt wurde. Manchmal braucht man dazu Technologie, in vielen Fällen aber nicht.«, sagt Burkhardt in seinem Buch.

Beim direkten Vergleich von Mensch und Maschine schneidet der Mensch schlecht ab, deshalb müssen wir aktiv »verlernen«, was wir aus der industrialisierten Geschäftswelt bisher als gegeben betrachtet haben. Zudem müssen wir lernen im Chaos zu funktionieren, anstatt den immer hilfloseren Versuch zu unternehmen, Dinge »unter Kontrolle« zu bringen, die außerhalb unseres Einflussbereiches liegen. Die Standardisierung war lange Zeit eine Voraussetzung für Automatisierung. Was aber wie eine vollkommen logische Unternehmerlektion in Kosteneffizienz klingt, wird genau dann zum großen Problem, wenn wir versuchen, auch menschliche Fähigkeiten zu standardisieren. Denn je »normaler« und standardisierter wir werden, desto austauschbarer sind wir.

Ist der Mensch

ein »Auslaufmodell« ?



- D Ein brandaktuelles Buch zu einem Thema, das uns alle betrifft
- D Autor ist Innovationspsychologe und ausgewiesener Silicon-Valley Experte
- D Werden wir durch Roboter ersetzt? Nur wenn wir wie Roboter agieren...
- D Vergessen Sie »Work-Life«-Balance, in Zukunft geht es um die »Mind-Machine«-Balance

»Computers make excellent and efficient servants, but I have no wish to serve under them.«

(Mr. Spock)

PRESSE-SCHWERPUNKT

Christoph Burkhardt

Sei kein Roboter

Sieben Überlebensstrategien im Zeitalter der künstlichen Intelligenz

224 Seiten, Hardcover, Euro 24.90 | sFr. 33.00

ISBN: 978-3-03876-512-7 | WG 1970 | ET: Aug 18

Englische Ausgabe: »Don't be a Robot«

224 Seiten, Paperback, Euro 20.– | sFr. 25.00

ISBN: 978-3-03876-511-0 | WG 1970 | lieferbar



CHRISTOPH BURKHARDT wurde in Deutschland geboren und studierte kognitive Psychologie und Ökonomie. Mit seinem Think Tank »TinyBox« versorgt er Unternehmen mit Werkzeugen und Systemen für technologie-getriebene Innovationen und kulturelle Transformation. Mit seinem Team arbeitet er derzeit an einer durch künstliche Intelligenz gesteuerte Mikro-Lernumgebung für Innovation und Wandel. Zu seinen Klienten gehören internationale Organisationen wie Intel, BMW, SAP oder Infineon. Er lebt mit seinem Mann in San Francisco.



als E-Book erhältlich
(engl. + dt. Version)



~~SOLLTE~~
~~HÄTTE~~
~~KÖNNTE~~
~~WÜRD E~~
MACHEN!

Dieses Buch ist ein Impuls und Augenöffner für alle, die sich gerne im »Man müsste mal...«-Modus aufhalten. Und davon gibt es, so der Autor, in Bereichen wie Wirtschaft, Politik und Gesellschaft definitiv zu viele.

Ausreden finden sich immer, Schuld haben die anderen, Verantwortung lässt sich wegdrücken. Nicht selten jedoch wird aus dem »Man müsste mal« schließlich ein »Hätten wir mal besser« – mit einem bitteren Beigeschmack. In seinem leidenschaftlichen, motivierenden und praxisbezogenen Buch rüttelt der Autor auf und zeigt, dass mit »Man müsste mal« nichts passiert. Anhand der »5-Wege-zum-Machen« erklärt er, was im Alltag und in der Berufspraxis nötig ist, um endlich Themen anzupacken und aktiv zu werden. Dem Leser wird in klaren Schritten gezeigt, wie er eigenständig laufen lernt. Die praktischen Methoden sind in jeder Lebenslage anwendbar.

In themenspezifischen How-to-Kapiteln liefert der Autor Beispiele aus seinem eigenen Arbeitsumfeld und skizziert etwa, wie aus einer »grauen Maus am Markt« binnen vier Jahren ein Innovationsführer entstanden ist.

In einem weiteren Beispiel beschreibt er, wie ein Softwareunternehmen für den Automobilsektor nach 15 Jahren ohne Qualitätssicherung, dafür mit Schuldzuweisung und Verantwortungsverweigerung, endlich aus seinem Dornröschenschlaf erwacht. Im Kern lautete die Maxime in diesem Unternehmen: »Man müsste mal eine ordentliche Qualitätssicherung installieren«, denn die Vorteile liegen auf der Hand: effizienteres Arbeiten, zufriedенere Kunden und letztlich mehr Ertrag. Doch wie kommt so ein Unternehmen nun zu einer Qualitätssicherung? – Das Buch gibt Aufschluss, skizziert Ansätze und löst die Kernfrage vieler Menschen: »Wie fange ich eigentlich an?«

Dominic Multerer ist ein Praktiker – seit über 10 Jahren begleitet er Unternehmen und weiß, wo die Hürden liegen, egal ob bei kleinen oder großen Unternehmen. In diesem Buch skizziert er anhand von Praxisbeispielen und konkreten »Macher-Hacks«, wie man ins Handeln kommt und seine Ziele erreicht. Dabei unterhält er seine Leser mit viel Lust an der Provokation und mit nützlichen Impulsen, sodass sich dieses Buch auch für Praktiker eignet, die sonst keine Wirtschaftsbücher lesen.

Ein Buch

für Macher



- D Ein starkes Plädoyer für mehr Tatendrang und Macher-Mentalität
- D Autor gehört mit 26 Jahren zu den »führenden Marketing- und Vertriebsprofis« (Handelsblatt)
- D Medienstarker Autor mit einer Karriere vom Hauptschüler zum Business-Vordenker
- D Große Praxiserfahrung eines Beraters, der schon diverse Firmen zum Marktführer gemacht hat
- D Ein Mutmacher-Buch für Menschen, die sich mit Entscheidungen schwertun

»Dominic Multerer quatscht nicht – er liefert Beweise!« (Handelsblatt)

Dominic Multerer

Man müsste mal...

So kommen Sie ins Handeln

ca. 192 Seiten, Hardcover, Euro 19.90 | sFr. 28.00

ISBN: 978-3-03876-513-4 | WG: 1481 | ET: Sept 2018

TOPSELLER-MARKETING

- D Verteilung von Leseproben zum Buch (Print-Heft und Online-Auszüge)
- D Social-Media-Kampagne auf Facebook und Instagram mit Buchtrailern und Wettbewerben (Muster: www.bit.ly/Multerer_Trailer1)
- D Lancierungs-Event im September Medienpräsenz (Zeitung, Radio, TV)
- D Bestellen Sie beim Vertreter ihr digitales Leseexemplar und ein separates Marketing-Set



DOMINIC MULTERER gehört bereits mit 26 Jahren zu den führenden Marketing- und Vertriebsprofis. Er ist Autor mehrerer Bücher, hält Vorträge auf Kongressen und verhält als Berater, Mitglied der Geschäftsführung oder Interimsmanager schon mehreren Mittelständlern zur Marktführerschaft. Er entwickelt Unternehmensstrategien und Geschäftsmodelle weiter und unterstützt Konzerne in Fragen von Marketing, Vertrieb und Strategie. Das Handelsblatt kürte ihn mit 16 Jahren zu Deutschlands jüngstem Marketingchef. Für seine Kompetenz als Marketingexperte verlieh ihm die führende asiatische IIC University of Technology 2017 die Ehrendoktorwürde. Zu seinen Kunden zählen: sport1, Deutsche Bahn AG, STAHLWILLE, GABAL Verlag und andere. Weitere Infos unter: www.dominic-multerer.de.

Warum auch die besten Firmen abstürzen können



Amel Karboul

Coffin Corner

Warum auch die besten Firmen abstürzen können

2. Auflage, aktualisiert und erweitert

240 Seiten, Hardcover, 2. Euro 24.90, sFr. 33.–

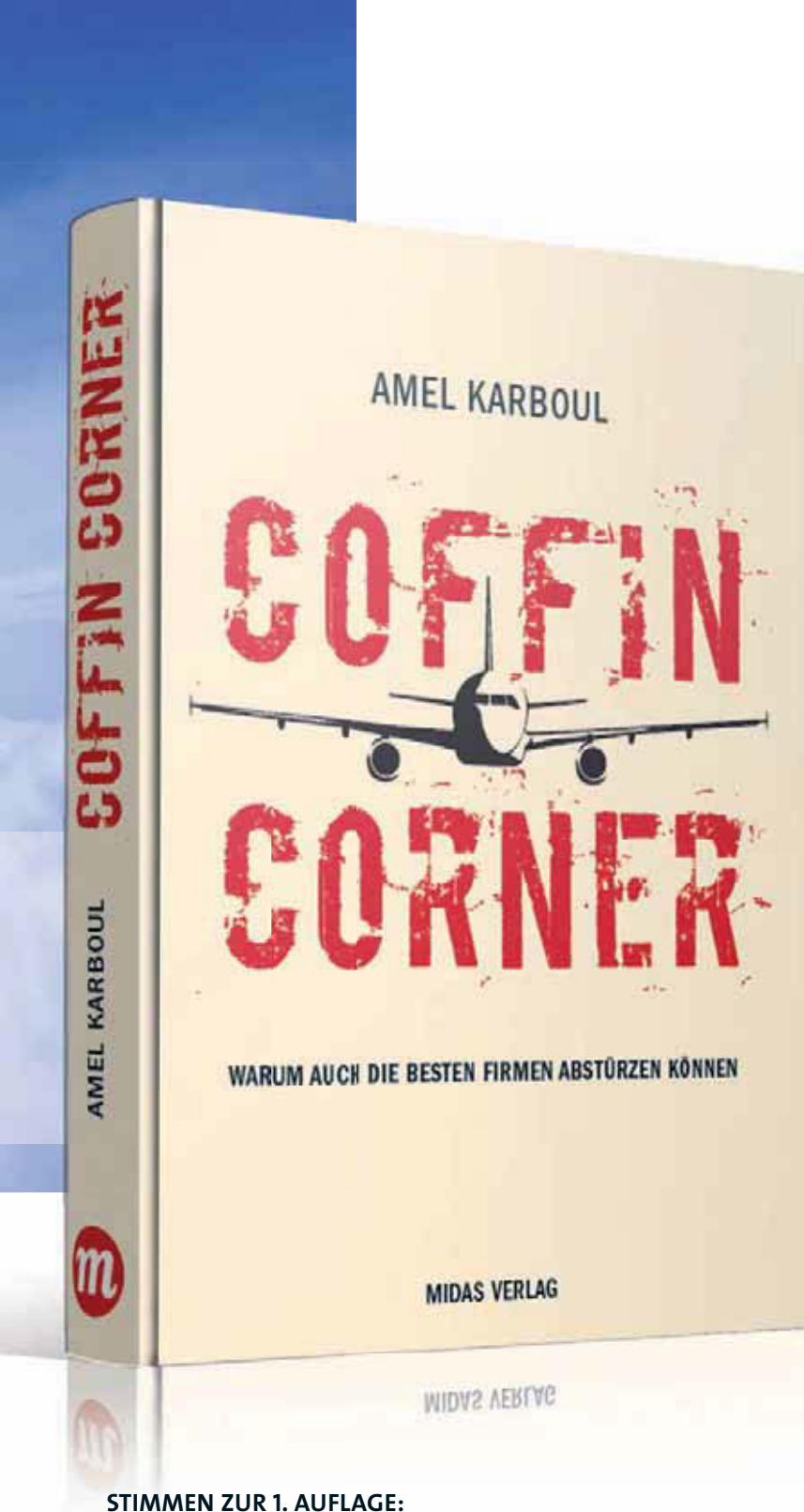
ISBN: 978-3-03876-501-1 | WG 1973 | ET: August

Angesichts überraschender Unternehmenspleiten, plötzlich auftauchender Markttrends und wachsender Konkurrenz auf dem Weltmarkt können Manager schon mal in Panik geraten. Die instinktive Reaktion: mehr Controlling, bessere Planung, weitere Optimierung.

Genau der falsche Weg, sagt Amel Karboul, international renommierte Unternehmensberaterin und ehemalige tunesische Tourismusministerin. Denn Optimierung engt die Handlungsspielräume ein – so wie bei Flugzeugen, die hoch oben im sogenannten Coffin Corner (dt. Sargecke) fliegen, wo Mindest- und Maximalgeschwindigkeit nahe beieinander liegen. Hoch effizient und hoch gefährlich! Jedes unvorhergesehene Ereignis kann einen Highflyer zum Absturz bringen. Und da wir in einer Phase des Umbruchs zur digitalen Gesellschaft leben, nehmen unvorhersehbare Ereignisse und hochkomplexe, chaotische Wechselwirkungen sprunghaft zu. Was Sicherheit bringen sollte, verstärkt also die Unsicherheit. Ein Teufelskreis, aus dem Amel Karboul durch ihre interkulturelle Prägung ausbrechen kann. Sie sieht, wie stark

der Umgang mit Unsicherheit durch kulturelle Konventionen geprägt ist. Wir Europäer wollen Unsicherheit eindämmen, während die Menschen in der arabischen und afrikanischen Kultur gewohnt sind, mit Unsicherheit zu leben. Flexibilität, mehrgleisige Planung, Fehlertoleranz und Raum für Intuition – alles das können westliche Unternehmen von diesen Kulturen lernen. So brauchen sie unerwartete Veränderungen nicht mehr zu fürchten, sondern können sie für den eigenen Erfolg nutzen.

- D Ein wichtiges Buch über interkulturelles Management im 21. Jahrhundert!**
- D Ein Augenöffner für alle, die immer noch glauben, dass sich mit Controlling alles regeln lässt.**
- D Ein Buch, das zeigt, was Europa von anderen Kulturen lernen kann, um Schieflagen zu meistern.**
- D 2. Auflage wurde aktualisiert und erweitert**
- D Autorin mit hoher Medienpräsenz**
- D Mehr Infos & Leseprobe: www.coffincorner.de**



AMEL KARBOUL hat einen wahrhaft internationalen Lebenslauf. Geboren 1973 in Tunis, kam sie zum Maschinenbaustudium nach Deutschland und schloss ihr Ingenieursstudium als Jahrgangsbeste ab. Sie absolvierte das Trainee-Programm von Daimler-Benz und ging für das Unternehmen nach Südafrika. Sie war Beraterin bei der Boston Consulting Group, bildete sich in der systemischen Unternehmensberatung fort und gründete 2007 ihre eigene Beratungsfirma »Change, Leadership & Partners« mit Büros in Tunis, London und Köln. Weltweit beraten Amel Karboul und ihr Team führende Unternehmen beim Change Management. Zu ihren Kunden gehören Unternehmen wie Roche, Lufthansa, Daimler, Stryker und die State Bank of India. Amel Karboul spricht sechs Sprachen: Arabisch, Französisch, Deutsch, Englisch, Spanisch und Griechisch.

STIMMEN ZUR 1. AUFLAGE:

»Dieses Buch verblüfft, inspiriert und stellt eigene Verhaltensmuster in Frage. Wichtiger noch: Es skizziert eine neue Kultur von Leadership für die Komplexität und Dynamik des 21. Jahrhunderts!«

Dr. Christoph Franz, Präsident des Verwaltungsrates der Roche Holding AG, davor CEO Swiss International Air Lines und Vorstandsvorsitzender der Lufthansa AG

»Amel Karboul lebt im Zwischenraum – zwischen den Kulturen, den Religionen, den Lebensentwürfen der Moderne. Das macht ihren Blick so wertvoll.« Gabriele Fischer, Chefredakteurin brand eins

»Vergesst die alten MBA-Schablonen. Amel Karboul zeigt uns mit orientalischem Storytelling, wie Führung im 21. Jahrhundert aussieht. Sehr anders, sehr lesenswert!«

Dr. Hariolf Wenzler, Geschäftsführer Bucerius Law School



Auch als E-Book erhältlich
Englische Ausgabe in Vorbereitung

Mehr Zeit

zum Leben



- D Ein humorvoller Ratgeber, der dem Leser wieder mehr Selbstbestimmung zurückgibt
- D Zahlreiche Lifehacks zu Alltagsbeispielen liefern praktische Hilfestellung
- D Mit konkreten Handlungsimpulsen und sofort umsetzbaren Schritten
- D Autor ist mit Vorträgen unterwegs. Große Online- und Social-Media-Kampagne

MARTIN GEIGER offenbarte seinen Hang zum Aufschieben schon bei der Geburt und lange Zeit auch in seinem Familienstand – gelang es ihm doch erfolgreich, mehr als 15 Jahre verlobt zu bleiben. Auch andere Zeitdiebe wie Unpünktlichkeit, ständige Erreichbarkeit oder exzessives Facebooksurfen hat er eingehend im schonungslosen Selbstversuch praktiziert. Heute widmet sich der Effizientertainer mit Leidenschaft der Mission, den Menschen dabei zu helfen, anders zu arbeiten und mehr zu leben. Mit Vorliebe hält der gefragte Produktivitätsexperte zu diesen Themen unterhaltsame Impuls-Vorträge, in denen er aufzeigt, wie selbstbestimmte Zeitführung gelingt.



Dieses Buch verspricht Ihnen kein glücklicheres Leben, sondern überhaupt erst mal mehr Zeit zum Leben.

Jeder kennt das bedrückende Gefühl, dass wir immer weniger Zeit haben, um immer mehr zu tun. ‚Pünktlich‘ ist das neue ‚zu spät‘ geworden und ehe wir uns versehen, ist unser Countdown abgelaufen. Die humorvolle Anleitung packt das Übel unmittelbar an der Wurzel und sagt Zeitverschwendung den Kampf an. Das praktische Nachschlagewerk liefert ganz konkrete Tipps für alltägliche Probleme, denen jeder von uns in unterschiedlicher Ausprägung bislang hilflos ausgeliefert war. »33 unfehlbare Wege, sein Leben zu verplempern« präsentiert die ultimative Ansammlung der gefährlichsten Stolperfallen für verschwendete Lebenszeit sowie alle notwendigen »Lifehacks«, mit denen ein erfülltes Leben trotz WhatsApp, Facebook und Co. gelingt. Unverzichtbare Überlebensstrategien für den Wahnsinn des Alltags.

Martin Geiger

33 unfehlbare Wege, sein Leben zu verplempern...

Und was Sie ab morgen garantiert anders machen

144 Seiten, Paperback, Euro 14.90 | sFr. 22.–

ISBN: 978-3-03876-515-8 | WG 1481 | ET: September 2018

Erfolgreich

als Sachbuch-Autor

Michael Jagersbacher

SMART SELLER

Expertise und Erfolg
als Sachbuch-Autor

Haben Sie auch schon einmal mit dem Gedanken gespielt, ein Sachbuch zu schreiben, um Expertenstatus zu erlangen oder diesen nach außen sichtbar zu untermauern?

Das Buch zeigt verschiedene Wege, wie Sie ein Buch am besten auf den Markt bringen und in eine eigene Business-Choreographie einbauen. Der erfolgreiche Autor und Berater Michael Jagersbacher hat schon zahlreiche Autoren als Ghostwriter und Sparringspartner zum Erfolg geführt und zeigt, dass es zwar keinen »Königsweg« gibt, aber zahlreiche Perspektiven und Strategien, die Ihnen auf dem Weg zum erfolgreichen und anerkannten Sachbuch-Autor helfen. Er stellt erfolgreiche Beispiele aus dem Sachbuchmarkt vor und lässt namhafte Experten und Autoren zu Wort kommen, die ihre Erfolgsstrategien verraten und wertvolle Tipps geben. So erfahren Sie in diesem Buch, wie Sie auch mit kleinen Auflagen Geld verdienen und einen nachhaltigen Expertenstatus aufbauen können oder wie sich die Offline- mit der Online-Welt verbinden lässt. Pflichtlektüre für jeden, der ein Sachbuch in Angriff nehmen will.

Michael Jagersbacher

SMART-SELLER

Expertise und Erfolg als Sachbuch-Autor

ca. 224 Seiten, Hardcover, Euro 19.90 | sFr. 28.–

ISBN: 978-3-03876-514-1 | WG 1740 | ET: Oktober 2018

- Sie erfahren, wie nachhaltige Expertise über ein Buch aufgebaut werden kann.
- Sie lernen verschiedene Methoden, mit denen ein Buch auf den Markt gebracht werden kann.
- Ausgewiesene Experten verraten Erfolgsrezepte, mit denen sie erfolgreich wurden.
- Konkrete Strategien für die Vermarktung in der Offline- und Online-Welt



MICHAEL JAGERSBACHER ist Buchstrategie und Experte für Sympathiegewinnung. Er ist mehrfacher Buchautor (u.a. »Der Sympathie-Code«) und begleitete bereits über 6000 Menschen in den Bereichen des Markenaufbaus, der strategischen Kommunikationsführung und in der Umsetzung von Sachbuchprojekten. Als Ghostwriter und Sparringspartner unterstützt er seine Klienten bei der optimalen Umsetzung ihrer Sachbuchprojekte. Der Vater zweier Kinder lebt mit seiner Familie in der Südsteiermark.

Der Turbo für Ideen



8. AUFLAGE



FLORIAN RUSTLER ist international tätiger Innovationscoach, Gründer und Geschäftsführer der creaffective GmbH. Er unterstützt Organisationen dabei, ihre Innovationskraft zu stärken und eine Kultur der Innovation zu entwickeln. Seit über 10 Jahren moderiert er Innovationsworkshops und gibt Trainings zu systematisch-kreativem Denken in Deutsch, Englisch und Chinesisch. Außerdem leitet er Innovationsprojekte zur Entwicklung neuer Produkte, Dienstleistungen und Geschäftsmodelle. Er hält einen Master in Creativity and Change Leadership des International Center for Studies in Creativity in Buffalo, USA.

Englische Ausgabe unter dem Titel »THINKING TOOLS« erhältlich:
304 Seiten, Hardcover, ISBN 978-3-03876-506-6, lieferbar

Dieses Handbuch bietet einen umfassenden und visuell gut aufbereiteten Überblick über Kreativ-Prozesse und Denkwerkzeuge. Als Innovationscoach hilft Florian Rustler der Kreativität von Einzelnen und Gruppen auf die Sprünge und liefert Werkzeuge und Strukturen, mit denen systematisch Ideen entwickelt werden können. Die Inhalte basieren auf über 50 Jahren wissenschaftlicher Forschungen zu Kreativität und Innovation und über 10 Jahren Beratungs- und Moderationserfahrung des Autors. Alle Vorgehensweisen wurden in realen Kundenprojekten weltweit in der Praxis erprobt. Dabei werden die Methoden immer in einen größeren Rahmen eingebettet, der zeigt, wie diese in Innovationsprozesse wie Design Thinking und Creative Problem Solving verankert werden können. Der Leser erfährt genau, wann, wie und warum welche Vorgehensweise zum Einsatz kommt. Das ebenso handliche wie umfassende Buch eignet sich für Anfänger, die ihren persönlichen Denkhorizont erweitern möchten, wie auch für Kreativ-Profis, die ein praktisches Arbeitshandbuch suchen.

Florian Rustler

Denkwerkzeuge

Das kleine Handbuch der Innovationsmethoden

8. Auflage, aktualisiert und erweitert, 304 Seiten, Hardcover
Euro 20.–, sFr. 25.– | WG 1784 | ISBN: 978-3-907100-81-3 | lieferbar

Storytelling für Profis

TOPSELLER

Gute Inhalte und Storys entscheiden über Erfolg und Scheitern, Image und Reputation, über Likes und Shares, über Glaubwürdigkeit und Identifikation, kurz: darüber, ob jemand gelesen, geschaut, gehört, gekauft oder gewählt wird. Aber was sind gute Inhalte und wie entwickelt man sie? Auf diese Frage hat der renommierte Film-dramaturg, Drehbuchautor und Storytelling-Berater Ron Kellermann eine Antwort: mit professionellem Storytelling – einer Denkmethode, die Werkzeuge der fiktionalen Dramaturgie auf die Wirklichkeit anwendet, um reale Ereignisse, Prozesse und Personen zu analysieren, zu verstehen, darzustellen und zu gestalten. Dieses Handbuch zeigt, wie man im Journalismus, der Unternehmenskommunikation und der Politik mittels dramaturgischem Denken relevante Themen erkennt, effizienter recherchiert, interessante Inhalte entwickelt sowie bedeutsame und zugleich unterhaltsame Storys erzählt, von denen Menschen emotional berührt werden und mit denen sie sich identifizieren.

Ron Kellermann

Das Storytelling-Handbuch

Inhalte professionell entwickeln

320 Seiten, Hardcover, Fadenheftung, Euro 34.90 | sFr. 44.–

ISBN: 978-3-907100-89-9 | WG 1744 | lieferbar



Dieses Handbuch zeigt, wie man:

- D Professionell Storys entwickelt und erzählt
- D Botschaften nachhaltig vermittelt
- D Abstraktes konkret, Sachliches lebendig und Komplexes einfach macht
- D Aufmerksamkeit weckt und Interesse befriedigt
- D Empfänger einer Botschaft emotional involviert

RON KELLERMANN studierte Philosophie, Medien- und Kommunikationswissenschaften und Germanistik. Seit 2001 arbeitet er als Filmdramaturg, Drehbuchdozent und Autor. Seit 2014 betreibt er den Dramaturgieblog www.filmschreiben.de und veröffentlicht regelmäßig dramaturgische Analysen von Unternehmen und politischen Ereignissen, u.a. auf www.carta.info. Zu seinen Auftraggebern zählen u.a. Neue Zürcher Zeitung, Grundy UFA, Axel-Springer Akademie, ifs internationale filmschule, ARD.ZDF.Medienakademie.



MAI 18



AUG 18

PAKET-AKTION

Von unserer erfolgreichen Ratgeber-Reihe wurden bisher 25'000 Exemplare verkauft. Die ersten vier Bände erhalten Sie jetzt zu Sonderkonditionen im Verkaufs-Display mit 24/20 Exemplaren (jeder Band 6/5), zusammen mit attraktivem Dekomaterial und einem Geschenk (lieferbar ab Ende August). Unsere Vertreter helfen Ihnen gerne weiter.



5. Auflage



5. Auflage



Cleverer denken

produktiver arbeiten

Ben Elijah

Das Buch der Produktivität

50 Methoden, um produktiver zu werden

128 Seiten, Hardcover, mit Gummiband, Euro 14.90 | sFr. 22.–
ISBN: 978-3-907100-79-0 | WG 1481 | lieferbar

Ertappen Sie sich häufig beim Prokrastinieren? Fühlen Sie sich gestresst und überlastet? Fällt es Ihnen schwer, Prioritäten zu setzen? Im »Buch der Produktivität« beschreibt Ben Elijah, wie Sie kluge Entscheidungen über Aufgaben, Ereignisse und Verpflichtungen treffen, um von diesen nicht überrollt zu werden. Ob Sie als vielbeschäftigter Unternehmer mit ihren E-Mails kämpfen oder als Student ein großes Projekt planen müssen, Sie werden mit diesem Ratgeber in jedem Fall effizienter arbeiten. Planen Sie Ihre Arbeit anhand der täglichen Umstände, und Sie erreichen ab jetzt Ihre Zielvorgaben.

Dieses Buch ist in acht Kapitel gemäß den Gewohnheiten und Lernansätzen unseres Gehirns unterteilt. Ausgestattet mit klaren Erläuterungen und Diagrammen kann »Das Buch der Produktivität« Ihre Arbeitsweise revolutionieren.

Phil Dobson

Das Buch des Denkens

Eine Gebrauchsanweisung fürs Gehirn

128 Seiten, Hardcover, Fadenheftung, Euro 14.90 / sFr. 22.–
ISBN: 978-3-907100-18-9 | WG 1481 | ET: August 18

Warum erfahren wir so wenig über unser Gehirn? Schließlich ist es an allem beteiligt, was wir tun. Aber nie bekommen wir eine Bedienungsanleitung – und darunter leiden wir. Wir haben immer »zu tun«, arbeiten viel zu lang. Wir reservieren zu wenig Zeit für uns selbst und fühlen uns dabei nicht wohl. Auch für andere nehmen wir uns zu wenig Zeit, darunter leiden die Beziehungen zu diesen Menschen. Vielleicht fühlen wir uns müde und ausgelaugt und können uns nur schwer konzentrieren, aber die einzige Antwort, die uns darauf einfällt, ist das, was wir ohnehin bereits tun: mehr arbeiten.

Die Lösung jedoch lautet anders: Arbeiten Sie clever! Dieses Buch soll Ihnen dabei helfen, die Prinzipien des Denkens und des schlaun Arbeitens zu verstehen – basierend auf unserem Wissen über das Gehirn.

DAS IDEEN-RELEVANZ-DIAGRAMM



Das Ideen-Relevanz-Diagramm ist eine einfache und leicht zu bedienende Methode, um Kreativität zu fördern, wenn man Ideen für ein Problem sucht.

- Es ist besonders hilfreich, wenn ein Problem sehr komplex ist und eine schnelle Lösung erforderlich ist. Das Diagramm hilft, die Ideen zu strukturieren und zu bewerten.
- Wählen Sie zuerst zwei wichtige Variablen aus, die einen Einfluss auf die Lösung des Problems haben. Notieren Sie sie in 1. und 2. mit der Gewichtung, die für diese Variablen wichtig ist.
- Platzieren Sie dann Zeichen der Achsen die höchste Relevanz nach rechts oben.
- Geben Sie die Ideen an die entsprechenden Stellen auf dem Diagramm.
- Markieren Sie die Ideen, die mit unterschiedlichen Kombinationen von 1. und 2. die wichtigsten Variablen im Maßstab umgeben.
- Wenn Sie diese Ideen (Ideen) aufzeichnen, haben Sie eine gute Vorstellung.
- Wenn Sie Ideen (Ideen) aufzeichnen, sollten Sie sie bewerten.
- Wenn Sie Ideen (Ideen) aufzeichnen, sollten Sie sie bewerten.

GRUND: Wenn Sie die wichtigsten Variablen, die die Lösung eines Problems beeinflussen, in einem Diagramm darstellen, können Sie die Ideen, die Sie aufzeichnen, besser verstehen und bewerten. Das Diagramm hilft Ihnen, die Ideen zu strukturieren und zu bewerten.

5. Auflage

Kevin Duncan

Das Buch der Ideen

50 Wege, um Ideen effizient zu produzieren

128 Seiten, Hardcover, Fadenheftung, Euro 14.90 / sFr. 22.–
ISBN: 978-3-907100-62-2 | WG 1481 | lieferbar (5. Auflage)

Ideen zu haben war schon immer der treibende Faktor im Geschäftsleben. Oft reicht eine einzige gute Idee, um einen großen Schritt voran zu kommen. Aber wie Sorge ich dafür, dass immer wieder Nachschub an Ideen fließt? »Das Buch der Ideen« kann hier helfen. In diesem kleinen, aber umfassenden Buch werden die 50 nützlichsten Techniken vorgestellt und erklärt, die auch von Unternehmensberatern, Werbeleuten und Managern auf der ganzen Welt in der Praxis im Einsatz sind, um Denkprozesse anzuregen und systematisch Ideen zu generieren. Ganz gleich, ob es um die Ideensuche im privaten oder beruflichen Bereich geht; dieser Ratgeber wird schnell zu Ihrem persönlichen Begleiter. Das Buch gliedert sich in 5 Bereiche: Vorbereitung, Ideen im Alleingang, Ideenfindung im Team, Ideen beurteilen, Ideen in die Praxis umsetzen. Alle Techniken sind ausführlich erklärt und mit konkreten Tipps für die Anwendung im täglichen Leben angereichert.

5. Auflage

Kevin Duncan

Das Buch der Diagramme

50 Wege, um jedes Problem visuell zu lösen

128 Seiten, Hardcover, Fadenheftung, Euro 14.90 / sFr. 22.–
ISBN: 978-3-907100-45-5 | WG 1481 | lieferbar (5. Auflage)

Viele Menschen empfinden es als schwierig, ihre Ideen in Worten auszudrücken oder gar Problemlösungen nur in geschriebener Form anzugehen. Visuelle Darstellungen sind da eine wertvolle Hilfe. In diesem Buch werden die 50 nützlichsten Diagramme vorgestellt und erklärt, die auch von Unternehmensberatern, Wissenschaftlern, MBA-Absolventen und Managern verwendet werden, um Probleme aller Art zu visualisieren lösen. Sehr oft helfen schon einfache Darstellungen wie Dreiecke und Pyramiden, Gitter und Koordinaten, Kreise und Raster, um Konzepte, Ablaufschemas und Strategien für jedermann verständlich und sichtbar zu machen. »Das Buch der Diagramme« präsentiert 50 Diagramme und erklärt Funktion und Anwendung in einer zugänglichen und leicht verständlichen Art und Weise. Zu jedem Diagramm gibt es Tipps und Vorschläge, wie man es auf passende Situationen anwenden kann.



FACHBUCH-PROGRAMM



Jay Conrad Levinson
Guerilla Marketing Bibel
400 S., geb., € 34.90 / sFr. 44.–
ISBN 978-3-907100-69-1



Florian Rustler
Innovationskultur der Zukunft
288 S., Pb., € 29.80 / sFr. 37.–
ISBN 978-3-03876-503-5



Panter / Kottlorz
Mitarbeiterintelligenz
264 S., Pb., € 34.90 / sFr. 44.00
ISBN 978-3-907100-83-7



Sartory / Senn u.a.
Praxishandbuch Krisenmanagement
280 S., geb., € 34.90 / sFr. 44.–
ISBN 978-3-907100-42-4

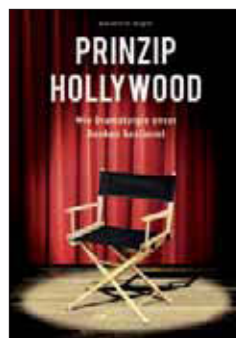
SACHBUCH-PROGRAMM



Hans-Lothar Merten
Schöner Schein
256 S., geb., € 24.90 / sFr. 33.–
ISBN 978-3-907100-87-5



Kurt K. Wolf
Die PostScript-Revolution
192 S., Pb., € 17.90 / sFr. 25.00
ISBN 978-3-03876-505-9



Marietheres Wagner
Prinzip Hollywood
224 S., geb., € 24.90 / sFr. 33.–
ISBN 978-3-907100-61-5



Thilo Baum / Frank Eckert
Sind die Medien noch zu retten?
422 S., Pb., € 17.90 / sFr. 25.–
ISBN 978-3-907100-88-2

RATGEBER-PROGRAMM



David Carlson
DESIGN oder nicht SEIN
160 S., Pb., € 14.90 / sFr. 22.00
ISBN 978-3-907100-80-6



Michael Gerharz
Der AHA-Effekt
160 S., Pb., € 14.90 / sFr. 22.00
ISBN 978-3-03876-502-8



Martin Krengel
Golden Rules
192 S., Pb., € 15.95 / sFr. 21.90
ISBN 978-3-907100-48-6



Thilo Baum
Das Buch der 1000 Gebote
240 S., geb., € 22.90 / sFr. 33.–
ISBN 978-3-907100-66-0

Social Media: follow »midasverlag«



MEHR INFOS UNTER: WWW.MIDAS.CH

AUSLIEFERUNGEN

Deutschland

Prolit Verlagsauslieferung

Siemensstrasse 16
D 35463 Fernwald
Tel +49 (0) 641 943 93 31
Fax +49 (0) 641 943 93 39
Mail: j.vogt@prolit.de
Verlagsbetreuer: Jens Vogt

Österreich

Mohr Morawa Buchvertrieb

Sulzengasse 2, A 1230 Wien
Tel +43 1 680 14 0
Fax +43 1 688 71 30
Mail: bestellung@mohrmorawa.at

Schweiz

Schweizer Buchzentrum

Industriestrasse Ost 10
CH 4614 Hägendorf
Tel +41 (0) 62 209 26 26
Fax +41 (0) 62 209 26 27
kundendienst@buchzentrum.ch

Midas Verlag AG

Dunantstrasse 3

CH 8044 Zürich

Tel +41 (0) 44 242 61 02
Fax +41 (0) 44 242 61 05
Mail: kontakt@midas.ch

Vertriebsleitung

Marcel Ramirez
Ellingerweg 74
D 81673 München
Tel +49 (0) 172 212 579 2
Fax +49 (0) 89 600 35 457
Mail: marcelramirez@gmx.de

VERLAGSVERTRETER

Vertreter Bayern

Barbara-Sophia Voglmaier
c/o Büro Heindl / Wislsperger
Leonrodstraße 19
D - 80634 München
Tel +49 (0) 89-76729-289
Fax +49 (0) 89-76729-394
Mail: voglmaier@sinolog.de

Vertreter Baden-Württemberg

Alexandra von Bomhard
Augustenstrasse 57
D 70178 Stuttgart
Tel +49 (0) 711 614 29 02
Fax +49 (0) 711 614 29 04
avbomhard.adfv@t-online.de

Vertreter Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz, Hessen, Saarland

Axel Küppers
Walskamp 137
D 48308 Senden
Tel +49 (0) 2597 690 16 84
Fax +49 (0) 2597 690 16 87
A.Kueppers-Verlags-
vertretungen@t-online.de

Vertreter Berlin, Brandenburg

Sachsen, Thüringen, Bremen, Hamburg, Niedersachsen, Schleswig-Holstein

Peter Jastrow, Bettina Seifert, Jan Reuter
c/o Jastrow+Seifert+Reuter
Cotheniusstr. 4
D 10407 Berlin
Tel +49 (0) 30 447 32 180
Fax +49 (0) 30 447 32 181
Mail: service@buchart.org

Österreich

Vertreter Gebiet Ost

Roland Fürst
Bertha-von-Suttner-Gasse 13
A 2700 Wiener Neustadt
Tel +43 (0) 664 391 28 40
Fax +43 (0) 1 253 303 376 62
Mail: roland.fuerst@mohrmorawa.at

Vertreter Gebiet West

Thomas Rittig
Stefan Zweig Strasse 6
A 4600 Wels
Fax +43 7242 29084
Mob +43 (0) 664 391 2832
Mail: thomas.rittig@mohrmorawa.at

Vertreter Fachhandel

Jutta Bussmann
Breitenfurter Strasse 378A
A 1230 Wien
Tel +43 (0) 664 203 90 71
Tel +43 (0) 664 207 52 58
Mail: jutta.bussmann@mohrmorawa.at

Schweiz

Vertreter Schweiz

Ravasio GmbH
Giovanni Ravasio
Heliosstrasse 18
CH 8032 Zürich
Tel +41 (0) 44 260 61 31
Fax +41 (0) 44 260 61 32
Mail: g.ravasio@bluewin.ch

**Bestellen Sie auch unsere beiden
Vorschauen »Midas Collection«
und »Midas Kinderbuch«**



MIDAS MANAGEMENT VERLAG



BILL

PROGRAMM
HERBST 2018

Nº.

55

Midas



Collection



KUNST MODE FOTO DESIGN

5 Jahre Midas Collection

Mit der vorliegenden Herbstvorschau 2018 geht die Midas Collection bereits ins 5. Jahr. Als wir im Herbst 2014 mit nur gerade vier Titeln an den Start gingen, wussten wir zwar noch nicht, wohin die Reise gehen wird, hatten aber schon ziemlich klare Vorstellungen davon, welche Bücher wir gerne in unserem Programm haben wollen. Die Beschränkung auf ein klares Profil mit vier Eckpfeilern – Fotografie, Mode, Kunst und Design – hat sich bewährt, und wir sind (noch) nicht der Versuchung erlegen, den einen oder anderen Titel mal rasch »mitzunehmen«.

Seit der Gründung heißt unser Motto »If it's worth to be done, it's worth to be well done«. Das bewährt sich auch bei den **ART ESSENTIALS**, die zeigen, dass Kunstbücher sehr wohl fundiert geschrieben UND verständlich, hochwertig ausgestattet UND attraktiv im Preis sein können. Die ersten Reaktionen sind sehr positiv und wir werden die Reihe sukzessive ausbauen. Wichtig sind aber nicht nur Novitäten, sondern solide Longseller wie unsere **BIG SHOTS!**, die bereits in der 10. Auflage erscheinen. Ebenfalls pünktlich zum Weihnachtsgeschäft erscheint auch unser allererster Titel **Männer mit Stil** in einer aktualisierten Neuauflage – und wird auch dieses Jahr wieder das bessere Geschenk als die langweilige Krawatte sein. Als weibliches Gegenstück empfehlen wir natürlich die **Frauen mit Stil** oder **Fashion & Film** – zwei opulent ausgestattete Titel, die dem Leser lange Freude machen.

Besonders hervorheben möchten wir **Berlin Street Style**, das erste Buchprojekt unseres neu eröffneten Berliner Büros, aus dem hoffentlich noch viele schöne Bücher kommen werden. Dem Fotografen ist es gelungen, den »wahren Stil Berlins einzufangen« (Die Welt) und ein Buch entstehen zu lassen, das einem nicht bloß die Mode, sondern die Menschen in Berlin näherbringt. Das tiefe Interesse an Menschen ist auch die Klammer unserer Fotobücher wie »**JUMP!**« von Philippe Halsman, »**Fighter's Heaven 1974**« von Peter Angelo Simon oder »**KUBA 1959**« von Burt Glinn – ein Buch, das im Januar 2019 wieder topaktuell sein wird, wenn die Revolution auf Kuba ihren 60. Geburtstag feiert.

Bitte beachten Sie auch unsere zwei separaten Vorschauen für **Midas Management** (Sachbuch) und für die Reihe **Kunst für Kinder** (Kinderbuch).

Viel Vergnügen beim Blättern und Entdecken!

Gregory C. Zäch
Verleger

PROGRAMM HERBST 2018

KUNST

- ÄSTHETIK DES ALLTAGS 3
- INSPIRATION INSTAGRAM 3
- ART ESSENTIALS 4
- KUNST VERSTEHEN 5
- WENDEPUNKTE 6
- MODERN ART 7

MODE

- BERLIN STREET STYLE 8
- MÄNNER MIT STIL 10
- FRAUEN MIT STIL 12
- CHAPEAU! 14
- FASHION & FILM 15
- DETAILS 16
- BIG SHOTS! ZEICHNEN 14

FOTOGRAFIE

- FOTOGRAFEN 18
- BIG SHOTS! FOTOGRAFEN 20
- BIG SHOTS! PLACES 22
- BIG SHOTS! PEOPLE 22
- BIG SHOTS! CLASSIC 23
- KUBA 1959 24
- MUHAMMAD ALI 26
- THE BOOK 27

DESIGN / GESCHENKBUCH

- DIE SPRACHE DER SCHUHE 28
- DAS BUCH DER BERGE 28
- JUMP! 29
- SWISS BRANDS 30

Mit Humor und Mitte durch den Alltag

Dieses Buch verrät, wie man mit Nervensägen umgeht, dem Blick von Schildkröten begegnet und sich Buddha mit Smartphone vorstellt.

Frank Berzbach begleitet die Leser offen, witzig, stilsicher und wohlwollend durch den Alltag. Er nimmt sich alle Themen wie Zutaten eines bunten großen Büffets und legt sie gleichberechtigt auf den Teller. Auf Augenhöhe und, wenn man so will, auch auf Herzhöhe, zeigt er uns, wie man nicht den Kopf verliert, sondern seine Mitte behält. Inmitten von Neonationalismus, Intoleranz und Polarisierung beileibe keine leichte Aufgabe. Während viele in der Öffentlichkeit streiten und sich verbal fetzen, wagt Frank Berzbach dagegen die Mitte und das Maß. Religion und Spiritualität sind in seinen respektvollen, neugierigen Gedankenspaziergängen aber keine Bedingung, sondern Angebot und geistige Stütze.

DR. FRANK BERZBACH, geboren 1971, unterrichtet Psychologie an der ecosign Akademie für Gestaltung und Kulturpädagogik in Köln. Er hat als Wissenschaftler, Journalist, Fahrradkurier, Technischer Zeichner, in der Psychiatrie und als Buchhändler gearbeitet. Seit vielen Jahren ist er Zen-Praktizierender, bleibt aber katholisch. Er arbeitet zu Fragen achtsamkeitsbasierter Psychologie, Arbeitspsychologie, Kreativität, Spiritualität, Mode, Popmusik und Popkultur.



Frank Berzbach
Die Ästhetik des Alltags
Betrachtungen zur Lebenskunst

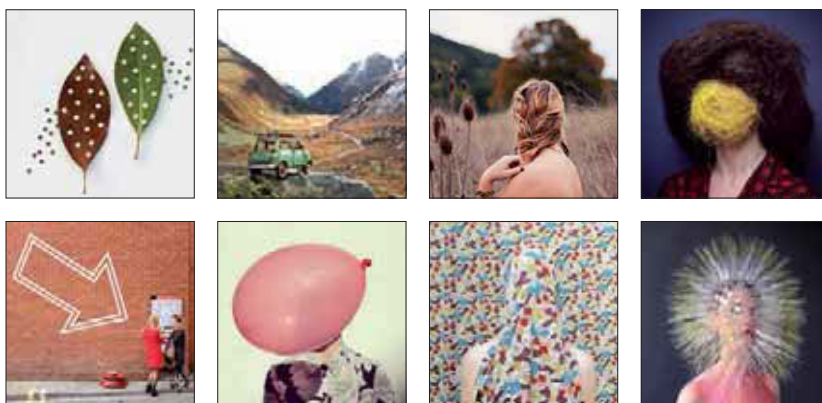
160 Seiten, edle Ausstattung, Prägecover
Broschur, € 20.- (D), € 20.70 (A), sFr. 25.-
ISBN: 978-3-03876-128-0 | WG 1973 | August 18

Partie
6/5
12/10

Instagram für Insider

Sie haben ein Konto bei Instagram, posten fleißig Bilder, aber irgendwie passiert nichts? Keiner nimmt Notiz von Ihnen und es kommen keine neuen Abonnenten hinzu? Dann kann Ihnen dieser kleine, aber sehr wertvolle Ratgeber helfen, Ihren Feed nach vorne bringen.

In diesem international erfolgreichen Kultbuch verraten 50 der weltweit erfolgreichsten Instagrammer, wie man auf Instagram berühmt wird. Das vorgestellte Insiderwissen deckt die ganze Palette ab: von der Perfektionierung der fotografischen Fähigkeiten und der Entwicklung eines persönlichen Stils bis zum Umgang mit der Community und dem Anlocken von Marken. Wenn Sie diese wertvollen Tipps einsetzen, gehören vielleicht auch Sie schon bald zu den Instagram-Legenden.



KASSENTITEL

Henry Carroll & Jess Angell
Inspiration Instagram
Das Insiderbuch für Kreative

2. Auflage (aktualisiert), 128 Seiten, vierfarbig
Edle Broschur mit Goldprägung Fadenheftung,
Format 17 x 17 cm, € 17.90 (D), € 18.50 (A), sFr. 25.-
ISBN: 978-3-03876-108-2 | WG 1415 | September 18

Partie
6/5
12/10

ART ESSENTIALS

KUNST VERSTEHEN

—
SUSAN
WOODFORD
—

MIDAS



»ART ESSENTIALS ist eine grandiose Buchreihe. Sie bietet eine erstklassige Einführung in die grundlegenden Ideen der Kunst und stellt Künstler und ihre Werke vor, die unsere Sicht auf die Welt geprägt haben.«

Will Gompertz, BBC Arts Editor

Paketaktion zur Einführung:

Einzeltitle nach Wahl 6/5 oder gemischte Partie 18/15 mit Deko- und Werbematerial.

Fragen Sie unsere Vertreter!

Weitere Infos & Leseproben:

www.artessentials.de

ART ESSENTIALS

ART ESSENTIALS

WENDEPUNKTE IN DER KUNST

—
LEE
CHESHIRE
—

MIDAS

ART ESSENTIALS

MODERN ART

—
AMY
DEMPSEY
—

MIDAS



»Klein, schlau, essenziell – eine grandiose Reihe!« (BBC)

5

Kunst ist ein Zentrum menschlicher Erfahrungen, ein essenzieller Bestandteil der Kulturlandschaft engagierter Bürger im 21. Jahrhundert. Dennoch scheint sie für viele schier unerreichbar. Das muss nicht sein: Mit den ART ESSENTIALS stellen wir eine ebenso fundierte wie preiswerte Reihe vor, die Kunst für jeden erlebbar macht. Die ART ESSENTIALS liefern das nötige Hintergrundwissen, um Kunst genießen und verstehen zu können, ob für den begeisterten Galeriebesucher, den Kunstgenießer auf dem Sofa oder den neugierigen Beobachter.

Im ersten Titel der Reihe untersucht die renommierte Kunsthistorikerin Susan Woodford die Herkunft, das Design und die Themen hunderter Bilder aus verschiedenen Epochen und Teilen der Welt und erklärt, warum wir Bilder bewundern. Sie vergleicht künstlerische Ansätze, hinterfragt Hypothesen und stellt eine Vielzahl anregender Ideen vor. Ob bei der Betrachtung japanischer Holzschnitte, von Leonardos »Abendmahl« oder Picassos »Guernica«, »Kunst verstehen« entwickelt die Sicht auf die Kunst und den Mut zur Analyse. Das elegant gestaltete Handbuch enthält ein Glossar mit Grundbegriffen von Kunstrichtungen über technische Fachbegriffe bis hin zu religiösen oder klassischen Wendungen und liefert wertvolle vertiefende Leseempfehlungen.

»Susan Woodford ist die ideale Begleiterin für jeden, der sich mit Kunstgeschichte befassen möchte. Sie schreibt mit viel Gefühl, Witz und fundiertem Wissen – weise und dennoch gut verständlich. Diese Buch demonstriert, wie Lernen und Vergnügen eine Einheit bilden.« (Julian Bell)



Susan Woodford

Kunst verstehen

ART ESSENTIALS

176 Seiten, Flexicover, vierfarbig, Fadenheftung
13,8 x 21,6 cm, € 14.90 (D) | € 15.40 (D) | sFr. 22.–
ISBN: 978-3-03876-130-3 | WG 1580 | lieferbar



MICHELANGELO ENTHÜLLT SEINE MONUMENTALE DAVID-STATUE

8. SEPTEMBER 1504, FLORENZ, ITALIEN

Michelangelo zeigt mit 26 Jahren ein Werk, das die Kunst der Renaissance und die Kunst der Antike vereint. Die Statue ist eine Kopie des antiken Herkules, der die Welt auf seinen Schultern trägt. Die Statue ist eine Kopie des antiken Herkules, der die Welt auf seinen Schultern trägt. Die Statue ist eine Kopie des antiken Herkules, der die Welt auf seinen Schultern trägt.

Michelangelo
Herkules
1504
Florenz
Marmor
Höhe: 170 cm
Breite: 110 cm
Tiefe: 60 cm
Gewicht: 1200 kg
Ort: Galleria dell'Accademia, Florenz
Besitzer: Staatliche Musei di Firenze



DAS PATENT FÜR DIE FARB-TUBE WIRD GEWÄHRT

11. SEPTEMBER 1841, USA

John G. Thompson erhält ein Patent für die Erfindung der Farbtube. Die Farbtube ist eine kleine, zylindrische Tube, die die Farbe in einer Tube enthält. Die Farbtube ist eine kleine, zylindrische Tube, die die Farbe in einer Tube enthält. Die Farbtube ist eine kleine, zylindrische Tube, die die Farbe in einer Tube enthält.



John G. Thompson
Farbtube
1841
USA
Papier
Höhe: 10 cm
Breite: 5 cm
Tiefe: 2 cm
Gewicht: 10 g
Ort: Museum of Modern Art, New York
Besitzer: John G. Thompson



John G. Thompson
Farbtube
1841
USA
Papier
Höhe: 10 cm
Breite: 5 cm
Tiefe: 2 cm
Gewicht: 10 g
Ort: Museum of Modern Art, New York
Besitzer: John G. Thompson



Die Welt der Kunst in 50 Momenten der Veränderung

Die nette Abfolge künstlerischer Ereignisse, wie wir sie heute in Büchern vorfinden, war nie vorherbestimmt, sondern eine Abfolge von Ereignissen, die zum Teil sorgfältig geplant, zum weitaus größeren Teil aber rein zufällig waren: Glücksfälle oder einfache Unfälle. Dieses Buch stellt 50 Tage der Kunstgeschichte vor, Tage, an denen etwas geschah, das die westliche Kunst nachhaltig beeinflusste: Wichtige Kunstwerke wie Michelangelos David oder Marcel Duchamps Fountain wurden vorgestellt; aus zufälligen Künstlerbegegnungen ergaben sich neue Stile wie der Impressionismus oder der Kubismus; legendäre Performances fanden statt, revolutionäre Ausstellungen wurden eröffnet. Wir betrachten Kämpfe, Gerichtsprozesse, Auktionen und Diebstähle – von der Zeit, als die Mona Lisa gestohlen wurde, bis zu dem Tag, an dem Vincent van Goghs Porträt von Dr. Gachet zum teuersten jemals verkauften Gemälde wurde.

Alle diese Ereignisse haben eines gemeinsam: Sie veränderten unsere Wahrnehmung der Kunst. Natürlich ist kein Ereignis völlig isoliert und das Buch könnte genauso gut 500 oder gar 50.000 Tage betrachten. Aber die Wendepunkte in diesem Buch sind die denkwürdigsten und einflussreichsten in der Kunstgeschichte der westlichen Welt, und jeder ist repräsentativ für einen Künstler, eine Bewegung oder ein Thema. Zusammen ergeben sie einen Kunstführer voller Zeitsprünge zu den wichtigsten Orten und Künstlern. Und alle sind großartige Geschichten.

»Dieses Buch führt Sie als Leser auf entzückend einfache aber ziemlich geniale Art und Weise durch die Welt der Kunst.« (Matthew Collings)



Lee Cheshire

Wendepunkte in der Kunst

ART ESSENTIALS

176 Seiten, Flexicover, vierfarbig, Fadenheftung
13,8 x 21,6 cm, € 14.90 (D) | € 15.40 (D) | sFr. 22.–
ISBN: 978-3-03876-131-0 | WG 1580 | Sept 2018





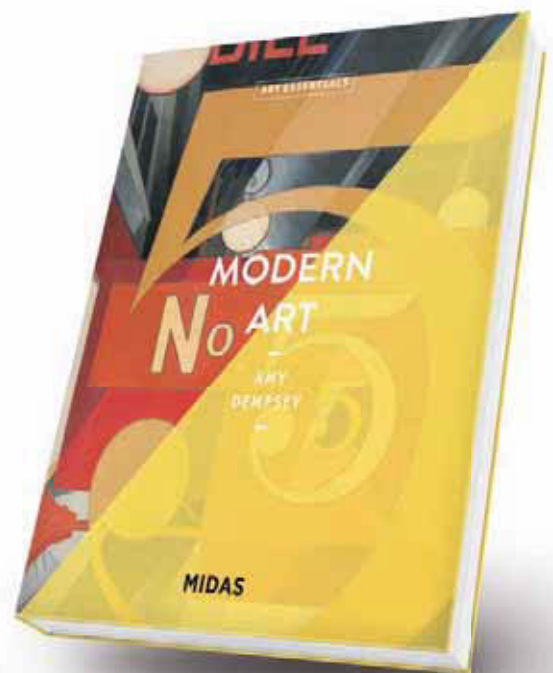
Der Reiseführer durch eine dynamische Kunstperiode

7

Die Begriffe, mit denen moderne Kunst beschrieben wird – vom Impressionismus zur Installation, von Symbolismus zum Hyperrealismus – verwenden eine eigene, oftmals einschüchternde Sprache. Stile, Schulen und Bewegungen sind selten in sich geschlossen oder genau definiert; zuweilen widersprechen sie einander, greifen ineinander über und immer sind sie kompliziert. Dieses Buch versteht sich als Einführung und Wegweiser in eine sehr dynamische und spannende Kunstperiode.

Die 68 hier versammelten Stile, Schulen und Bewegungen fassen die wichtigsten Entwicklungen in der westlichen Moderne Kunst zusammen. Die Richtungen werden grob chronologisch aufgeführt, vom Impressionismus im 19. bis zur Destination Art im 21. Jahrhundert. Jeder Eintrag enthält eine Definition und eine Erläuterung, ein typisches Werk und eine Liste wichtiger Künstler, Eigenschaften der Kunstrichtung und Sammlungen, wo diese Kunstwerke zu finden sind. Im Anhang findet der Leser ein Glossar wichtiger Grundbegriffe der modernen Kunst sowie einen Künstlerindex. Dieses Buch möchte die Leser in die wunderbare Welt der modernen Kunst einführen und mit dem nötigen Grundwissen ausstatten, um diese Kunst aktiv zu erleben und eigene Schlüsse ziehen zu können.

»Amy Dempsey entwirrt den Fachjargon und erklärt auf eine bestechend klare und präzise Weise alle Stile, Schulen und Bewegungen, die uns dabei helfen, die Moderne Kunst in Europa und Amerika zu verstehen.« (Caroline Douglas, Contemporary Art Society)



Amy Dempsey
Modern Art
ART ESSENTIALS

176 Seiten, Flexicover, vierfarbig, Fadenheftung
 13,8 x 21,6 cm, € 14.90 (D) | € 15.40 (D) | sFr. 22.–
 ISBN: 978-3-03876-132-7 | WG 1580 | Oktober 2018





BERLIN

STREET STYLE





Ricarda, Schöneberg (Akazienstraße)

»Berlin ist wild, bunt, spannend, vertraut, ruppig, schön und abwechslungsreich. Ich liebe meine Heimat, genauso wie ich es liebe, mich lebensfroh zu kleiden, zu kombinieren, zu schneiden, mich inspirieren zu lassen und in Geschäften nach schöner Kleidung zu stöbern. Kleidung muss nicht immer auf Anhieb passen, sondern kann auch passend und aufregend gemacht werden.«



Mathilda, Kreuzberg (Graefekiez)

»Berlin is a great place for shopping and getting inspired. I work as a photographer. My clothes has to be comfortable so I can move! I mostly wear clothes in a functional and classic design but with a funky stylish or playful twist«



»Diese Fotos zeigen den wahren Stil Berlins.« (DIE WELT)

9

Björn Akstinat ist der Fotograf der Berliner Straßenmode. Er fotografiert keine Marken und keine Models, sondern echte Berlinerinnen und Berliner in ihrer Alltagskleidung. Angefangen hat alles mit einer Idee in einem Straßencafé in Spanien. Akstinat sah dort schick gekleidete Damen an sich vorbeiziehen. Außer ihm bemerkte kaum einer, wieviel Mühe sie sich mit ihrem Äußeren gegeben hatten. Er beschloss daraufhin, interessant gekleideten Menschen mehr Aufmerksamkeit zu widmen und diese wandelnden Kurzzeit-Kunstwerke fotografisch festzuhalten – nicht in Spanien, sondern in seiner Heimatstadt Berlin.

Zurück in der deutschen Hauptstadt startete er die Internetseite www.schickaa.com, auf der er seit einigen Jahren seine stilvollen Mode-Schnappschüsse veröffentlicht. Der Name »schickaa« ist einerseits eine Anspielung auf die deutschen Begriffe »schick« bzw. »schicker« und andererseits auf das spanische Wort »chica« (Mädchen). Das vorliegende Buch folgt diesem Konzept und man kann hier nicht nur Bilder modischer Berliner bewundern, sondern findet auch Kurzporträts der Fotografierten. Wie es sich für eine Stadt mit internationalem Flair gehört, natürlich auf Deutsch und Englisch. Damit kombiniert dieses Buch Inhalte, die sonst auf Einzelprojekte wie z. B. »The Sartorialist« oder »Humans of New York« verteilt sind. Björn Akstinats außergewöhnliche Bilder stoßen immer wieder auf großes internationales Medienecho.



Björn Akstinat

BERLIN STREET STYLE

Mode und Menschen in Berlin

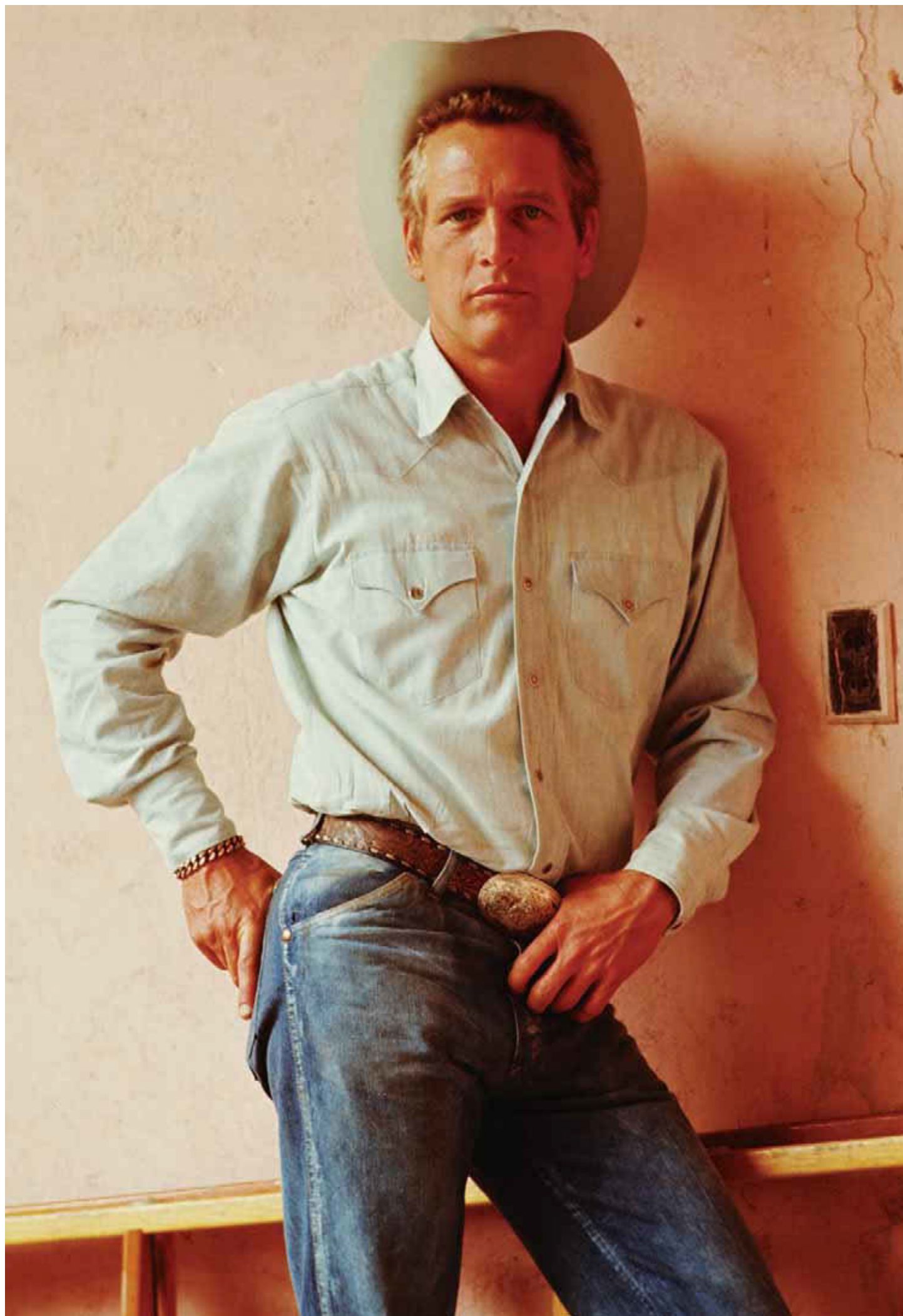
240 Seiten, Hardcover, Fadenheftung, 100 Fotos

15 x 22 cm, € 25.00 (D) | € 25.70 (A) | sFr. 33.–

ISBN: 978-3-03876-129-7 | WG 1585 | September 18

Buchpaket: Partie 12/10 mit Plakat und Tischsteller. Fragen Sie unsere Vertreter nach weiteren Presse- und Werbeaktionen.







»Ein Spaziergang durch die Welt der Herrenmode.« (NZZ)

11

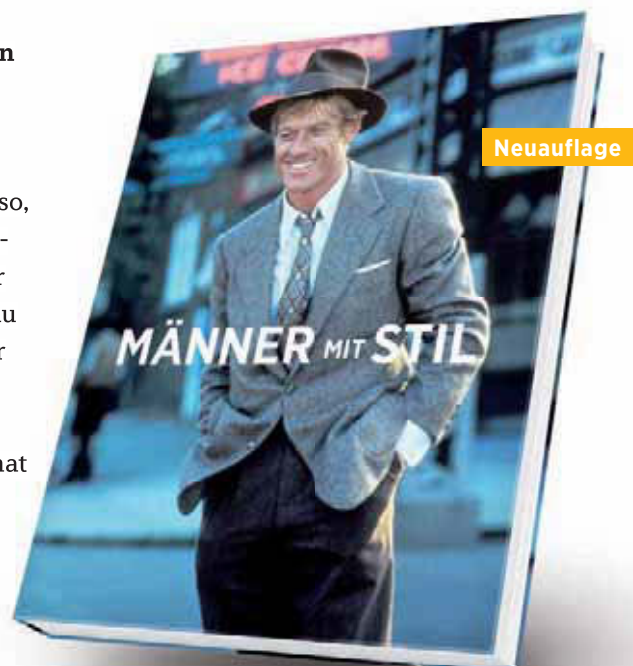
Von nahezu jedem Stück der modernen Männergarderobe gibt es ein **ultimatives Vorbild**, oft entwickelt von einem einzelnen Unternehmen oder einer Marke für spezifische Anwendungszwecke.

Dies gilt für die Jeans, die Paul Newman in seinen Western trug, genau so, wie für die Smokings, die Sean Connery als James Bond kultivierte. Stil-experte Josh Sims, der für renommierte Magazine wie GQ, Esquire oder Wallpaper schreibt, zeigt in diesem Buch, wie solche Vorbilder für genau einen Zweck entwickelt wurden und dann die Welt eroberten. »Männer mit Stil« untersucht Stück für Stück die wichtigsten und berühmtesten dieser Produkte – ihre Herkunft und Historie, die Geschichten hinter dem Design, die Marke oder das Unternehmen, das damit angefangen hat – sowie die Frage, welchen Einfluss das Kleidungsstück darauf hat, wie Männer sich heute anziehen.

Dieser »reich illustrierte Spaziergang durch die Welt der Herrenmode« (Neue Zürcher Zeitung) untersucht die wichtigsten und berühmtesten Kleidungsstücke und lüftet die spannenden Geheimnisse ihrer Herkunft, Marken und Designs.

Mit 264 Illustrationen, davon 173 in Farbe.
Leseprobe unter: www.maennermitstil.com

Aktualisierte und überarbeitete Neuauflage 2018



Josh Sims
MÄNNER MIT STIL
Stilikonen der Herrenmode

192 Seiten, Hardcover, Fadenheftung, Prägecover
20 x 28 cm, € 34.90 (D) | € 35.70 (A), sFr. 44.-
ISBN: 978-3-03876-140-2 | WG 1585 | Oktober 18







»Mode verschwindet. Nur Stil bleibt erhalten.« Coco Chanel

13

Vom Bleistiftrock zum Bikini, vom Hosenanzug zu den Hotpants oder vom Stiletto zum Cowboy-Stiefel. Fast immer gibt es ein »erstes Mal«, also den Zeitpunkt, zu dem ein Kleidungsstück seinen Einstand gab.

Während Designer-Garderobe nicht selten Kultstatus erreichte, wurden viele Mode-Ikonen immer wieder neu erfunden. So wurde zum Beispiel das »kleine Schwarze« von Coco Chanel bereits 1926 erstmals in der amerikanischen »Vogue« vorgestellt, entwickelte sich aber erst im Laufe der Jahrzehnte zu einer zeitlosen Uniform für Damen mit Geschmack.

In den 20er Jahren getragen von Künstlerinnen wie Josephine Baker und königlichen Hoheiten wie Wallis Simpson, in den 40ern von Hollywood-Stars wie Vivienne Leigh oder Rita Hayworth, feierte das kleine Schwarze seinen größten Triumph in 1961, als Audrey Hepburn es als Holly Golightly in »Frühstück bei Tiffanys« trug oder Jacqueline Kennedy Onassis es mit ihrer Liebe zu Accessoires kombinierte.

»Frauen mit Stil« stellt die legendärsten und einflussreichsten Kleidungsstücke und Accessoires der Damengarderobe vor, geht ihrer Herkunft und Geschichte nach und erzählt spannende Anekdoten über ihr Design sowie die Personen, die ihnen zu Weltruhm verhelfen.

Mit 245 Illustrationen, davon 175 in Farbe.
Leseprobe unter: www.frauenmitstil.com



Josh Sims
FRAUEN MIT STIL
Stilikonen der Frauenmode

208 Seiten, edle Broschur, Fadenheftung
20 x 28 cm, € 34.90 (D) | € 35.70 (A) | sFr. 44.-
ISBN: 978-3-907100-53-0 | WG 1585 | lieferbar

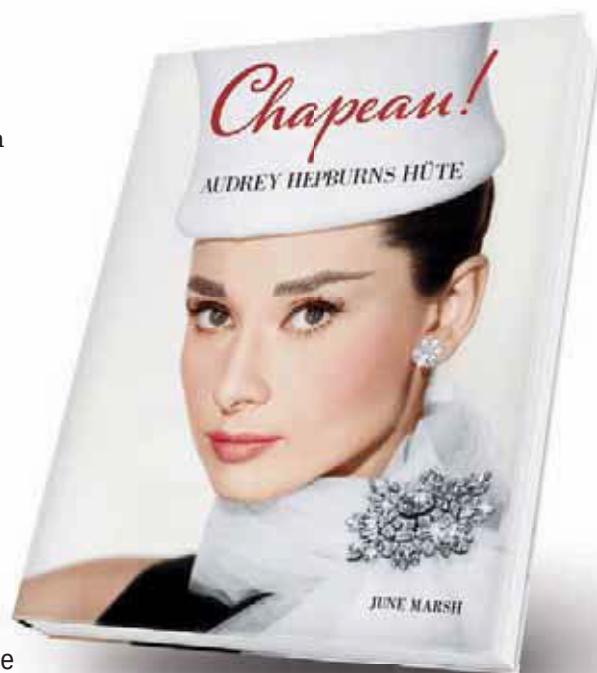


Die Hüte der größten Modelegende Hollywoods

Audrey Hepburn war der Star vieler großartiger Hollywood-Produktionen. Ihr Status als globale Stilikone ist aber auch auf ihre exquisite Auswahl an Kopfbedeckungen zurückzuführen. Hepburns Hüte waren über Jahrzehnte ein Geschenk des Himmels – nicht nur für die Kinoleinwand, sondern auch für jedes Hochglanzmagazin auf der ganzen Welt, denn nur selten wurde sie ohne ihr typisches Accessoire abgelichtet. Und nichts verkörpert das Goldene Zeitalter Hollywoods wohl besser als das legendäre Bild von Holly Golightly, die keck unter der breiten Krempe ihres berühmten Chapeau du Matin hervorlugt.

Die berühmtesten Designer der Welt standen Schlange, um Hepburns Glamour, ihre neu erfundene Schönheit einkleiden zu dürfen. Von Givenchy, Mr. John, Dior, Cecil Beaton bis hin zu Balenciaga – sie inspirierten Hepburn, setzten Trends und zementierten letztlich ihren Ruf – denn wer einen Hut für Hepburn entworfen hatte, dem war ein fester Platz in der Modegeschichte sicher. Angeführt wurde die Liste von Hubert de Givenchy, einem der weltbesten Designer. Audrey wurde seine Muse, und ihre Verbindung und Freundschaft hielt ein Leben lang.

Dieses exquisite Buch enthält einen Abschnitt, der einzig »My Fair Lady« und den Oscar-gekrönten Kostümen und Hüten von Sir Cecil Beaton gewidmet ist. Hier finden Sie atemberaubende Fotos von Audrey Hepburn, aufgenommen von berühmten Fotografen wie Dennis Stock, Howell Conant, Terry O'Neill, Bud Fraker und Bob Willoughby und erhalten in den Begleittexten tiefe Einblicke in die Welt der Mode.



June Marsh

CHAPEAU!

Audrey Hepburns Hüte

128 Seiten, Hardcover, Fadenheftung

23,5 x 28 cm, € 29.90 (D) | € 30.50 (A) | sFr. 37.-

ISBN: 978-3-03876-116-7 | WG 1585 | lieferbar





Vom Catwalk auf die Leinwand – Designermode im Kino

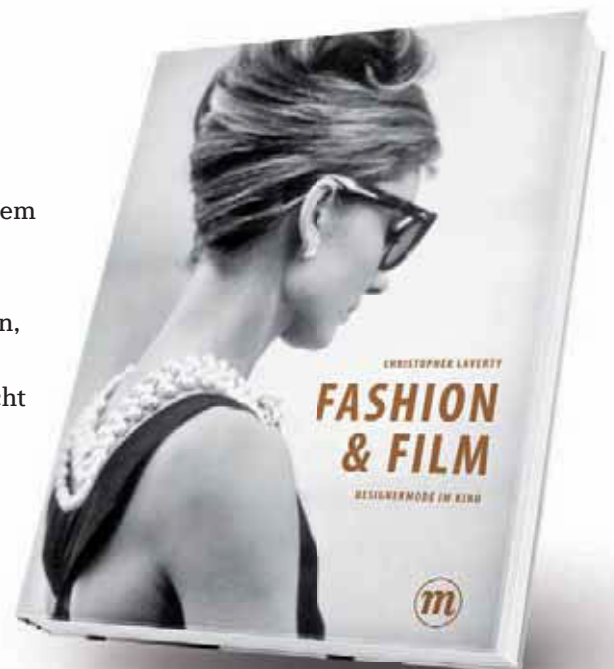
15

Bereits seit den ersten Tagen des Films spielten Modedesigner eine wichtige Rolle im Kino. Dieses Buch fasst die einflussreichsten und legendärsten Designs aus der Historie des Films zusammen, von Ralph Laurens Trendsetter, dem maskulinen Stil für Diane Keaton als Annie Hall in »Der Stadtneurotiker« bis hin zu Audrey Hepburns kleinem Schwarzen von Hubert de Givenchy in »Frühstück bei Tiffany«.

»Fashion & Film« feiert den Beitrag der Modedesigner zu großen Filmen, stellt die wichtigsten Materialien vor, untersucht ihre Bedeutung im Umfeld des Filmstoffs und erläutert, warum sie für die Ewigkeit gemacht sind. Illustriert mit wunderschönen Standbildern aus über 100 Filmen, Modefotos sowie Arbeitsskizzen ist dieses Buch eine Augenweide für alle Liebhaber von Film und Mode.

Mit 50 Portfolios von: Agnès B., Azzedine Alaïa, Bill Blass, Brooks Brothers, Calvin Klein, Cecil Beaton, Christian Dior, Dolce & Gabbana, Fendi, Gucci, Hardy Amies, Jean Paul Gaultier, Karl Lagerfeld, Manolo Blahnik, Marc Jacobs, Prada, Ralph Lauren, Tom Ford, Versace, Vivienne Westwood, Yves Saint Laurent u.v.a.

Christopher Laverty ist ein renommierter Kostüm- und Modejournalist, der auch als Berater tätig ist. Als Herausgeber und Redakteur der preisgekrönten Website »Clothes on Film« erscheint er regelmäßig bei BBC und HBO und schreibt für verschiedene Zeitschriften. Eine seiner letzten Publikationen war ein Buch über den Film »Grand Budapest Hotel«.



Christopher Laverty
Fashion & Film
Designermode im Kino

224 Seiten, Hardcover, Fadenheftung
22,5 x 30 cm, € 34.90 (D) | € 35.70 (A) sFr. 44.-
ISBN: 978-3-03876-117-4 | WG 1585, 1960 | lieferbar





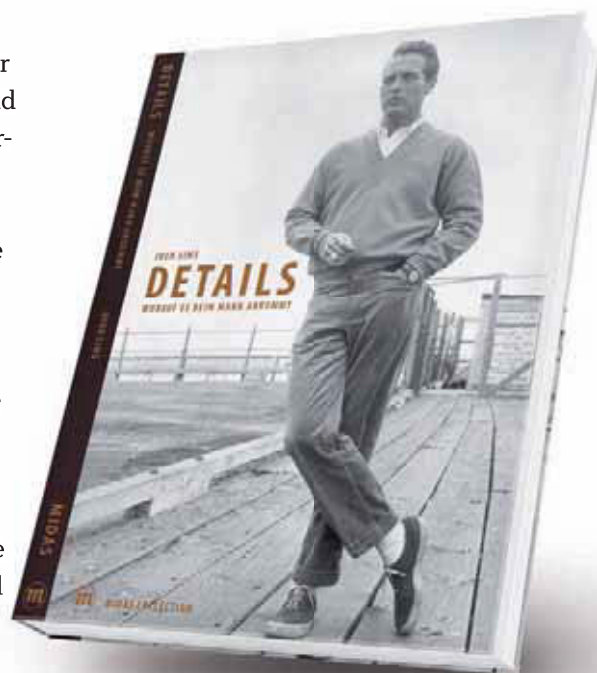
DETAILS – Worauf es beim Mann ankommt

DETAILS stellt die Klassiker unter den Accessoires der Männermode vor und erzählt spannende Geschichten über die Marken, Unternehmen und Persönlichkeiten, die den jeweiligen Mode-Details zum Durchbruch verhelfen, und darüber, wie sie die aktuelle Männermode mitbestimmen.

So hat z.B. der lederne Motorradstiefel, wie wir ihn heute kennen, seine stilistischen Wurzeln in den schweren Stiefeln der Waldarbeiter und Eisenbahnbauer zur Zeit der industriellen Revolution Amerikas. Die Ursprünge der allgegenwärtigen Baseball-Kappe lassen sich bis zu den Team-Mützen der New York Knicks zurückverfolgen – auch wenn diese damals aus Stroh gefertigt wurden.

Von klassischen Taucheruhren bis zum einfachen Einstecktuch: Dieses reichhaltig illustrierte und gründlich recherchierte Buch untersucht die wichtigsten Accessoires der Männermode und bietet dem Mann mit Stil zahlreiche Tipps zur angemessenen Bekleidung. Wer dieses Buch liest, wird sich und seinen eigenen Stil mit völlig anderen Augen sehen.

»Eleganz heißt nicht, ins Auge zu fallen, sondern im Gedächtnis zu bleiben.« (Giorgio Armani)



Josh Sims
DETAILS

Worauf es beim Mann ankommt

176 Seiten, edle Broschur, Fadenheftung
20 x 28 cm, € 34.90 (D) | € 35.70 (A) | sFr. 44.–
ISBN: 978-3-907100-55-4 | WG 1585 | lieferbar





Lernen Sie zeichnen wie die großen Meister

17

Zeichnen ist Kunst und Handwerk zugleich. Im Stil der erfolgreichen »BIG SHOTS!«-Reihe erklärt der Künstler Selwyn Leamy anhand 50 Zeichnungen großer Meister, was Sie von deren Ideen und Skizzen lernen können. Neben Infos zu Arbeitstechniken und Historie finden Sie schrittweise Anleitungen und verständliche Diagramme, die das Buch für alle Altersgruppen anregend und visuell ansprechend gestalten.

**Mit Zeichnungen von: Pablo Picasso | Henri Matisse | Lucian Freud
Robert Crumb | Jim Dine | Alberto Giacometti | Marcel Duchamp |
Ed Ruscha | Robert Rauschenberg | Henry Moore | M.C. Escher u.v.a.**

Aus dem Vorwort: »Jeder der 50 Künstler sieht die Welt mit anderen Augen und vermittelt Ihnen einen Eindruck, wie vielfältig und breit gefächert das Zeichnen sein kann. Aber zwei Dinge sollten Sie sich dabei merken: 1. Nicht jede Ihrer Zeichnungen wird ein Meisterwerk, denn selbst Meister haben manchmal frei. 2. Zeichnen ist eine lebenslange Erfahrung. Je mehr Sie zeichnen, desto besser werden Sie, und am Ende werden Sie Ihren Weg finden. Das hier ist nur ein Anfang, und es kann ziemlich frustrierend sein, wenn man von Null beginnt. Aber vergessen Sie eines nicht: Zeichnen soll vor allem Spaß machen, und wenn Sie loslegen, kann es süchtig machen. Nehmen Sie also einen Bleistift und etwas Papier und zeichnen Sie los.«

»Um zu wissen, was man zeichnen will, muss man zu zeichnen anfangen.« (Pablo Picasso)



Selwyn Leamy

BIG SHOTS! Zeichnen

Die Geheimnisse der großen Zeichner

128 Seiten, Broschur, Fadenheftung

18 x 24 cm, € 18.50 (D) | € 19.50 (A) | sFr. 25.-

ISBN: 978-3-03876-122-8 | WG 1583 | lieferbar







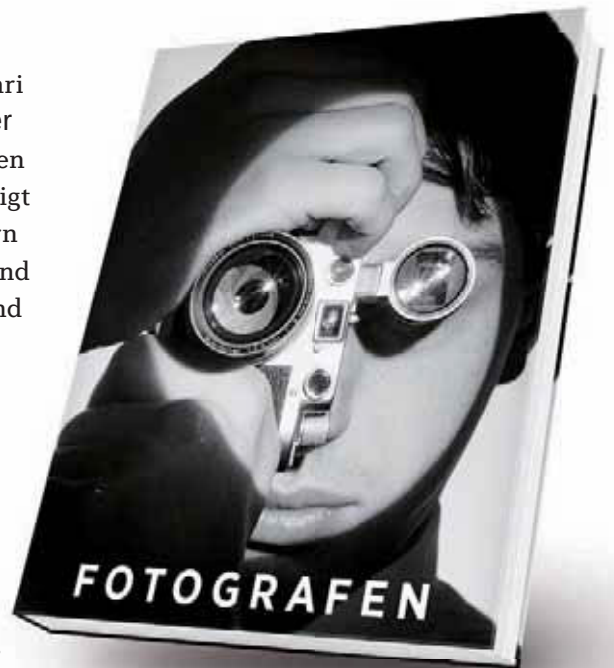
»Eine Hommage an die Fotografie des 20. Jahrhunderts« (New York Times)

19

Dieser Klassiker zeigt seltene Aufnahmen der großen Fotografen des 20. Jahrhunderts in einer Bildqualität, die ihresgleichen sucht. Von Henri Cartier-Bresson und Weegee zu David Bailey und Richard Avedon, über die Pressefotografen von Life und Picture Post ebenso wie die anonymen Journalisten, die alle bei der Arbeit an der Kamera zu sehen sind. Gezeigt werden nicht bloß Foto-Legenden mit ihren berühmten Models, sondern auch alle klassischen Kameras, wie sie von der Presse, Fotoreportern und Modelfotografen verwendet wurden: Leica, Nikon, Pentax, Rolleiflex und Speed Graphic u.a. sind in diesem Buch vertreten. Ein Abschnitt über Kriegsfotografie zeigt auch Kameras für Luftaufnahmen in der Praxis.

Zu den Fotografen in diesem Buch gehören: Antony Armstrong-Jones, Richard Avedon, David Bailey, Cecil Beaton, Margaret Bourke-White, Robert Capa, Henri Cartier-Bresson, Terence Donovan, Philippe Halsman, Bert Hardy, Annie Leibovitz, Tony Ray-Jones und Weegee. Unter den fotografierten Stars sind Sean Connery, Sammy Davis Jr., David Hemmings, Audrey Hepburn, Jayne Mansfield, Marilyn Monroe, Peter Sellers, Terence Stamp, James Stewart, Robert Vaughn und John Wayne, ebenso wie die Beatles, Christine Keeler und John F. Kennedy.

Eine umfassende Einführung von Foto-Experte Michael Pritchard setzt die Fotografen und ihre Kameras in den Kontext des wachsenden Bedarfs an Star-Fotos im Zusammenhang mit dem Aufstieg der Filmbranche. In enger Kooperation mit Getty Images wurden alle Bilder auf Basis der dort vorliegenden Originale in höchster Bildqualität reproduziert.



Michael Pritchard / Tony Nourmand

FOTOGRAFEN

Legenden und ihre Kameras

288 Seiten, Hardcover, Fadenheftung

24,5 x 28 cm, € 59.00 (D) | € 62.00 (A) | sFr. 65.-

ISBN: 978-3-03876-125-9 | WG 1587 | Oktober 2018





»Meine Fotos gehen nicht unter die Oberfläche. Sie gehen nicht unter irgendetwas. Sie lesen die Oberfläche.«

Richard Avedon

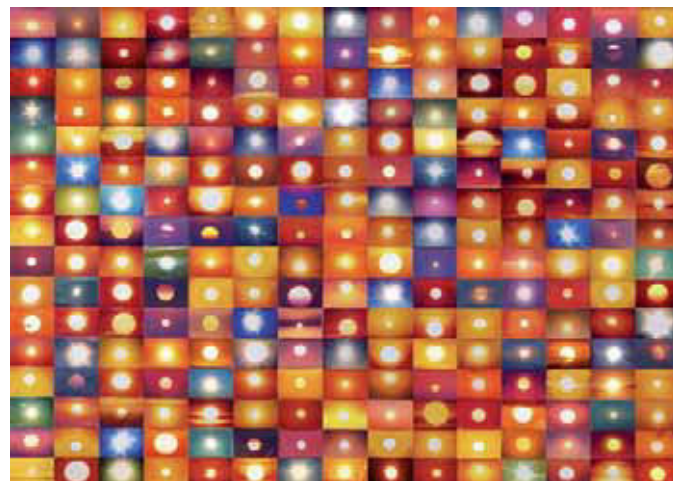
»Ich habe endlich entdeckt, was bei der Fotografie schief läuft. Ein Einäugiger schaut durch ein kleines Loch – wieviel Realität kann da herauskommen?«

David Hockney

»Die Fotografie schafft ein Verlangen.«

Alison Jackson





»Durch die Fotografie kann man ein Objekt besitzen, das man sonst nicht besitzen kann.«

Penelope Umbrico

Nachdenken über Fotografie

Sie glauben, Sie kennen sich in der Fotografie aus? Dann denken Sie lieber um. Dieses Buch versteht sich als Erweiterung der erfolgreichen BIG SHOTS!-Reihe. Während dort vor allem die technischen Grundlagen vorgestellt werden, ist der Ansatz hier etwas philosophischer. Mit sorgfältig ausgewählten Zitaten, Bildern und Interviews legt dieses Buch offen, was den Meistern des Fachs wirklich wichtig ist. Hier entdecken Sie, wie die Giganten des Genres ihren einzigartigen Stil entwickelt haben, und welche Überlegungen ihrer Arbeitsweise zugrunde liegen.

**Mit 50 Meisterwerken von: Henri Nobuyoshi Araki | Man Ray
Maisie Cousins | Tacita Dean | Lisette Model | Viviane Sassen
Irving Penn | Harley Weir | Richard Avedon | Garry Winogrand**

Aus dem Vorwort: »In diesem Buch kommen Visionäre, Vordenker, Wegbereiter und Neulandbetreter zu Wort – diese einflussreichen Menschen aus Vergangenheit und Gegenwart, die die Fotografie nach vorn gebracht haben und es heute noch tun. Wie sind sie an ihr Handwerk herangegangen, was war ihnen wichtig? Und was ist es bis heute? Diese Sammlung von Zitaten, Fotos und Interviews geben uns Einblicke in die Denkweisen der großen Meister. Sie sind kleine Einführungen in die großen Ideen und regen zum Nachdenken über die Fotografie an. Nehmen Sie das Buch zu Hand, um sich zu inspirieren, oder blättern Sie um und tauchen Sie in diese zauberhafte Kunst ein.«

So sehen, denken und fotografieren die Meister der Fotografie.



Henry Carroll

BIG SHOTS!

Fotografen über Fotografie

128 Seiten, Broschur, Fadenheftung, 14,5 x 20 cm,

€ 22.90 (D) | € 23.50 (A) | sFr. 33.–

ISBN: 978-3-03876-141-9 | WG 1954 | Sept 18



Die Geheimnisse der Location-Fotografie

Der Autor der Bestseller-Reihe BIG SHOTS! verrät in diesem Buch, wie Sie Locations am besten fotografieren – Landschaften, Stadtbilder, Architektur und Räume. Das alles wie gewohnt verständlich und ohne überflüssige Fachsimpelei.

Mit welcher Kamera Sie auch unterwegs sind und was immer Sie fotografieren wollen – dieses kleine, intelligente Handbuch führt Sie kompetent in die grundlegenden Fototechniken ein und zeigt auf eindruckliche Weise, wie die Arbeiten weltberühmter Fotografen entstanden sind. Randvoll mit praktischen Tipps und illustriert mit legendären Bildern finden Sie in diesem Buch das nötige Know-How, das es Ihnen ermöglicht, bedeutsame Fotos von den Orten aufzunehmen, die Ihnen am Herzen liegen.

Mit 50 Werken von Meisterfotografen: Alec Soth, Martin Parr, Rut Blees Luxemburg, Julius Shulman, Rinko Kawauchi, Thomas Ruff, Tim Hetherington, Joel Sternfeld u.v.a.



2. Auflage

Henry Carroll

BIG SHOTS! Places

Die Geheimnisse der Location-Fotografie

128 Seiten, Broschur, Fadenheftung

14,5 x 20 cm, € 22.90 (D) | € 23.50 (D) sFr. 33.–

ISBN: 978-3-03876-106-8 | WG 1954 | lieferbar

Die Geheimnisse der Portraitfotografie

Keine Klischees und kein Fotoclub-Jargon. Ebenso kompakt und anregend wie in seinem Bestseller BIG SHOTS! zeigt Autor Henry Carroll hier, wie sich gute Portraitfotografien konzipieren und inszenieren lassen.

Das Buch ist unterteilt in zwölf Themenbereiche wie »Ausdruck«, »Farbkomposition«, »Raumaufteilung« oder »Selbstportraits« und bietet sowohl Einsteigern als auch Fortgeschrittenen technische Tipps und vor allem visuelle Inspirationen für die eigene Arbeit. Anhand einer großen Bandbreite von 50 historischen und zeitgenössischen Fotografien werden unterschiedlichste Konzepte und Techniken verständlich erklärt, damit sie für die eigene Arbeit aufgenommen und umgesetzt werden können.

Mit Fotografien von: Richard Avedon, William Klein, Cindy Sherman, Gary Winogrand, Sebastião Salgado, Henri Cartier-Bresson, August Sander u.v.a.



3. Auflage

Henry Carroll

BIG SHOTS! People

Die Geheimnisse der Portraitfotografie

3. Auflage, 128 Seiten, Broschur, Fadenheftung

14,5 x 20 cm, € 22.90 (D) | € 23.50 (A) | sFr. 33.–

ISBN: 978-3-907100-54-7 | WG 1954 | September 2018

»Das Wesen des Menschen bei der Aufnahme sichtbar zu machen, ist die höchste Kunst der Fotografie«
(Friedrich Dürrenmatt)



The Lightness of Being
Chris Levine
2004

Die meistverkaufte Schule des Sehens

»BIG SHOTS!« führt Sie durch die Grundlagen von Komposition, Belichtung, Licht, Objektiven und Bildgestaltung, ohne mit Technikgefasel zu langweilen. Als Schule des Sehens richtet sich dieses Buch an Einsteiger und Profis. Randvoll mit praktischen Tipps und Techniken, die sich sofort in Ihren Fotos zeigen. Mit einer Auswahl der besten Aufnahmen von 50 renommierten Fotografen von Weltrang, die dazu inspirieren, selbst zur Kamera zu greifen.

Mit 50 Meisterwerken von:
Henri Cartier-Bresson | Dorothea Lange | Bill Brandt | René Burri |
Ansel Adams | Elaine Constantine | Guy Bourdin | Martin Parr u.v.a.

Aus dem Vorwort: »Dies ist kein Lehrbuch, und ich werde keinen Insider-Jargon verwenden, um Ihnen die Grundlagen der Fotografie zu erläutern. Das brauchen Sie erst einmal nicht zu wissen. Vielmehr steht Ihnen das alles anfangs nur im Weg und hält Sie davon ab, wirklich kreativ zu sein. (...) Sie werden feststellen, dass es bei genialen Fotos weniger um technisches Know-How und vielmehr darum geht, Ihr wertvollstes Instrument zu bedienen – Ihre Augen.«

»Eines der besten Fotobücher, das ich in den letzten 20 Jahren gesehen habe.« (Urs Tillmanns in fotointern)



Henry Carroll

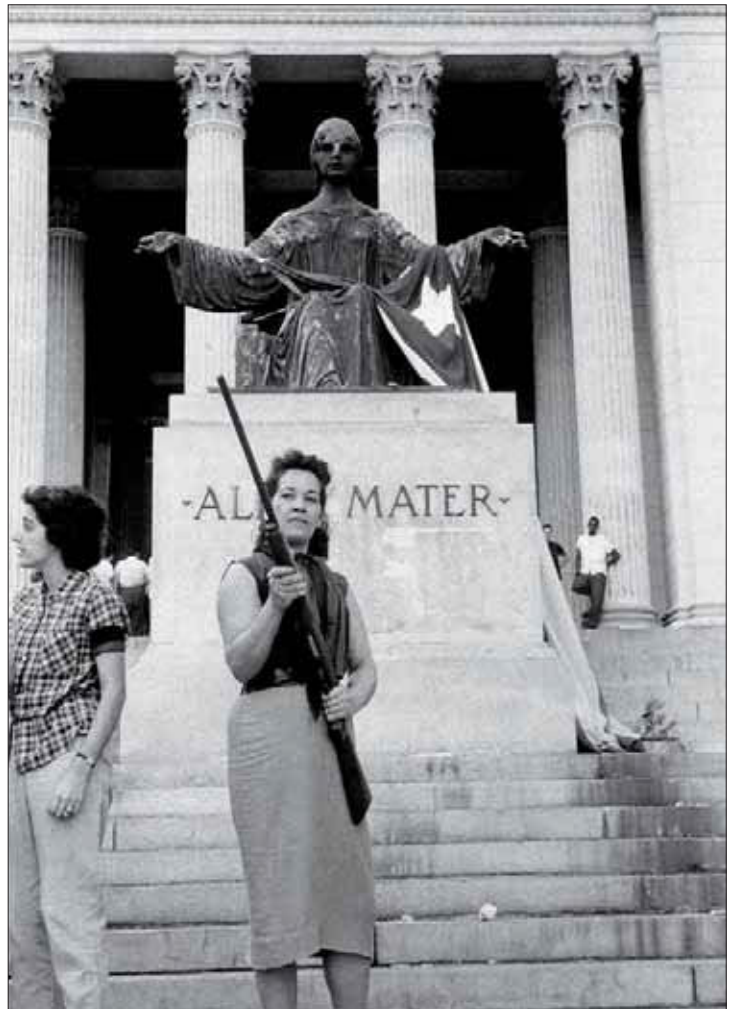
BIG SHOTS!

Die Geheimnisse der weltbesten Fotografen

10. Auflage, 128 Seiten, Broschur, Fadenheftung
14,5 x 20 cm, € 22.90 (D) | € 23.50 (A) | sFr. 33.–
ISBN: 978-3-03876-107-5 | WG 1954 | August 2018







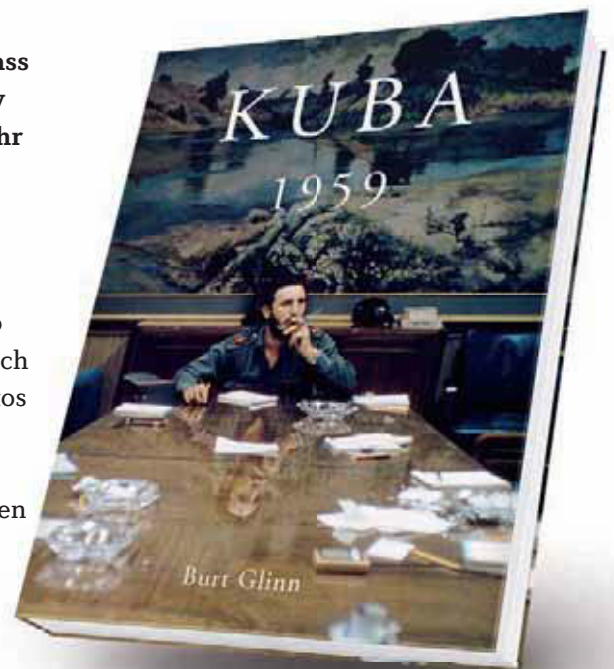
Ein sensationelles Zeitdokument: 60 Jahre Kuba-Revolution

25

Silvester 1958, 22 Uhr: Der Magnum-Fotograf Burt Glinn, dem Anlass angemessen im schwarzen Smoking, erfährt bei einer Party in New York von der Flucht des Diktators Batista aus Kuba. Bereits um 7 Uhr am nächsten Morgen fliegt er auf die Insel und fordert von seinem Taxifahrer in Havanna: »Bringen Sie mich zur Revolution!«

Seiner unvergleichlichen Leidenschaft als Fotoreporter verdankt es Glinn, dass er die Revolution auf Kuba dort dokumentieren konnte, wo sie sich tatsächlich abspielte – er war mittendrin. Glinn sagte später: »Ich konnte so nahe rangehen, wie ich wollte.« Seine atemberaubenden Fotos dokumentieren den Idealismus, das Chaos, die Verletzungen und die Begeisterung für diesen historischen Augenblick. Dieses Buch enthält Glinns ikonenhafte Kuba-Fotos und einige unveröffentlichte Aufnahmen in Schwarzweiß und in Farbe. Wir sehen Schießereien, Chaos auf den Straßen, wie Batistas Geheimpolizei zusammengetrieben wird; wir sind dabei, wenn sich Menschen spontan umarmen, wenn Revolutionäre zu ihren Müttern nach Hause zurückkehren und erleben Fidel Castros triumphalen Einmarsch in Havanna.

Burt Glinn war einer der besten Magnum-Fotografen, mit einer unglaublichen Karriere von über 50 Jahren. Viele seiner Porträts haben inzwischen Kult-Status erlangt. Vielseitig und technisch brillant arbeitete er sowohl in Schwarzweiß als auch in Farbe. In einem seiner berühmtesten Zitate äußerte Glinn: »Sie müssen vor allem die ganze Wahrheit einer Situation erfassen – und sich selbst eine Meinung dazu bilden.«

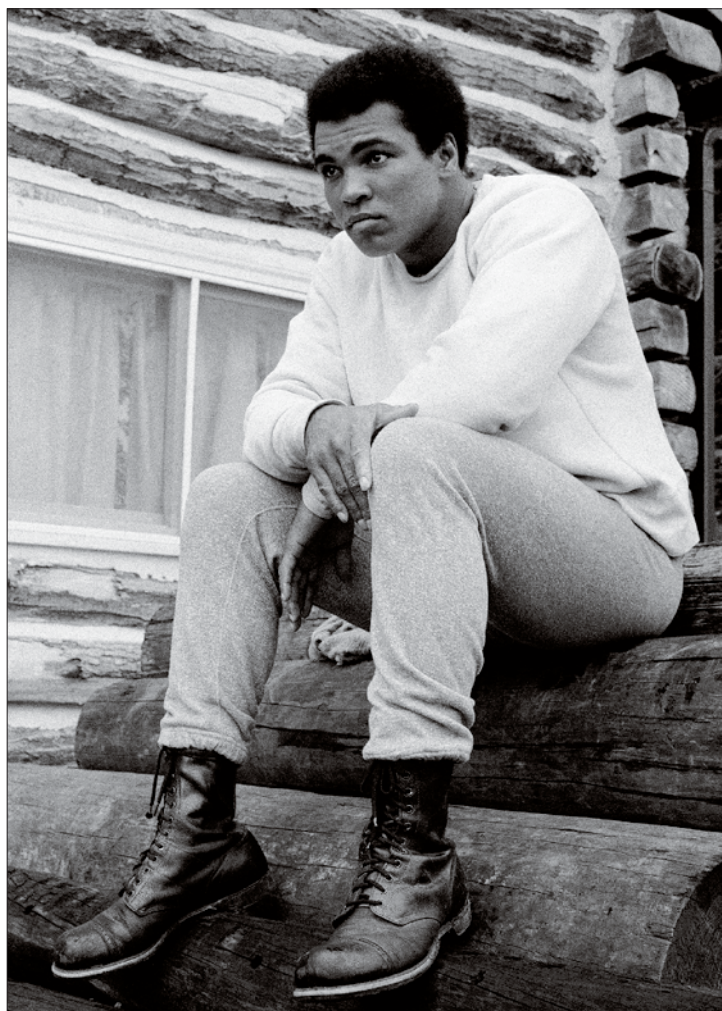


Burt Glinn **KUBA 1959**

Szenen einer Revolution

192 Seiten, Hardcover mit SU, Fadenheftung
24,5 x 30,4 cm, € 59.- (D) | € 62.- (A) | sFr. 69.-
ISBN: 978-3-907100-59-2 | WG 1587 | lieferbar



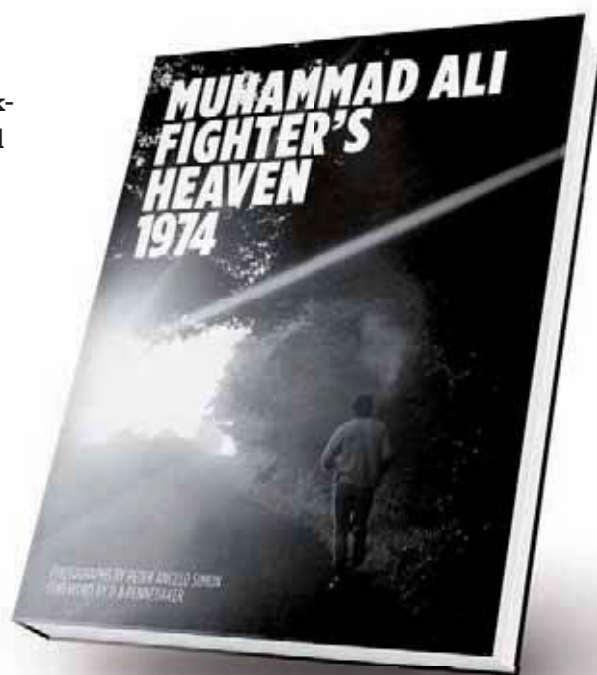


»Grobkörnig und feinsinnig.« (FAZ)

Im Oktober 1974 startete Muhammad Ali den viel beachteten Versuch, seinen Titel als Boxweltmeister im Schwergewicht zurückzuerobern, der ihm nach seiner Verweigerung von Wehrdienst und Vietnameinsatz sieben Jahre zuvor aberkannt worden war. Sein Gegner war der brutale, bis dahin ungeschlagene George Foreman, dem er beim legendären Fight »Rumble in The Jungle« in Zaire, Afrika, gegenüberstehen sollte.

Nur Wochen zuvor, am 24. und 25. August, war der Fotograf Peter Angelo Simon bei Ali zu Gast und durfte exklusiv das Privatleben eines der berühmtesten Menschen der Welt aus nächster Nähe ablichten, während dieser sich mental und physisch auf die größte Herausforderung seines Lebens vorbereitete. Diese einzigartige Fotodokumentation zeigt den Menschen Ali abseits vom Schein der Medien in seinem Rückzugsort in Pennsylvania. Mit einem Vorwort von D. A. Pennebaker, führender Chronist der Gegenkultur in den 1960er Jahren, und einer Einführung von Peter Angelo Simon.

»Innerhalb dieser zwei Tage habe ich 33 Filme verschossen. Ali meinte, noch nie hätte jemand so viele Fotos von ihm gemacht. Für mich zeigen diese Bilder nie zuvor gesehene Facetten von Alis faszinierendem Charakter.« Nur wenigen Fotografen gelang es, dem Boxer hinter der eigentlichen Legende so nah zu sein. Dieses außergewöhnliche Buch zeigt die Vorbereitungen für einen bahnbrechenden Moment in der kulturellen und politischen Historie.



Peter Angelo Simon

Fighter's Heaven 1974

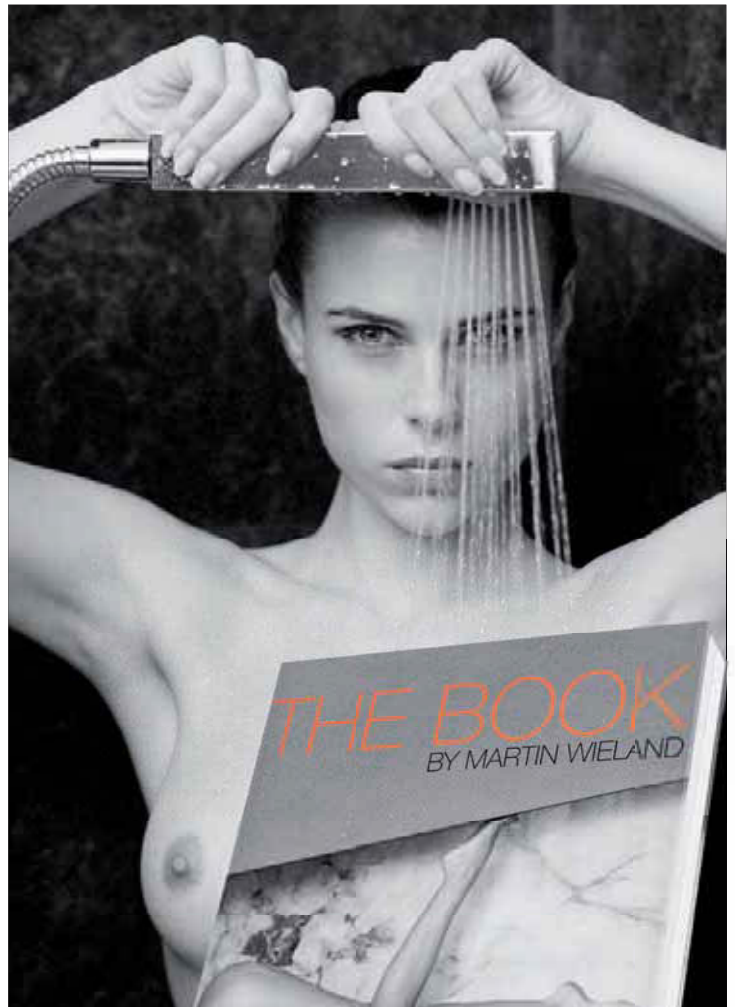
Muhammad Alis größte Herausforderung

176 Seiten, Hardcover mit SU, Fadenheftung

22 x 27,5 cm, € 49.- (D) | € 51.- (A) | sFr. 55.-

ISBN: 978-3-03876-103-7 | WG 1587 | lieferbar





Eine Hommage an die Weiblichkeit

Der österreichische Fotograf Martin Wieland arbeitet seit 20 Jahren als Aktfotograf. In diesem opulenten Buch werden viele seiner Aufnahmen zum ersten Mal veröffentlicht. Entstanden ist dabei ein umfangreiches Werk seiner bisherigen Arbeiten.

»Martin Wieland zeigt selbstbewusste Frauen, die sich ihrer Schönheit und Ausstrahlung bewusst sind. Sein Buch ist gleichsam eine Hommage an die Weiblichkeit, das gesamte Buch ist eine Verneigung vor der Schönheit der Frauen und dem weiblichen Körpers.« (Thomas Gerwers, Chefredakteur ProfiFoto-Magazin).

Martin Wieland

THE BOOK

Eine Hommage an die Weiblichkeit

336 Seiten, Edles Hardcover, Fadenheftung
29 x 36 cm, € 89,- (D) | € 92,- (A) | sFr. 95,-
978-3-03876-110-5 | WG 1587 | lieferbar

27





Frank Berzbach / Saskia Wragge

Die Sprache der Schuhe

Eine Philosophie des Schuhwerks

128 Seiten, Leinen, € 17.90 (D), 18.50 (A), sFr. 25.–

ISBN: 978-3-03876-118-1 | WG 1585, 1191 | lieferbar

Was sagen Schuhe über ihre Träger aus?

Schuhe tragen uns durchs Leben und sind ein wichtiger Teil unserer Kleidung. Auch andere Körperregionen bedürfen des Schutzes, aber unsere Füße sind ohne Schuhe leicht verletzlich. Wie bei der Kleidung generell steht der Aspekt des Nutzens aber meist nicht im Vordergrund. Seit dem 20. Jahrhundert drücken Schuhe auch unsere Neigungen und unseren Geschmack aus. Sie können zeigen, wofür wir stehen oder was wir ablehnen. So waren bestimmte Schuhmodelle in der Popkultur der frühen 1960er-Jahre - mit den Beatles, den Rolling Stones und Bob Dylan - ein Bekenntnis zu Musikstilen.

In diesem kleinen aber wichtigen Buch geht es um Schuhe, die Kultstatus erreicht haben und auf eine Epoche, eine politische Richtung, auf Musikstile oder Filmcharaktere anspielen. Hier geht es um die Sprache der Schuhe, um die Lebensphilosophie, die hinter den Modellen liegt.



Was sagen Berge über die Schweiz aus?

»In der Tat ist es ein allgemeiner Eindruck, den alle Menschen empfinden, wiewohl sie ihn nicht alle wahrnehmen, dass man auf hohen Bergen, wo die Luft rein und dünn ist, mehr Freiheit zu atmen, mehr Leichtigkeit im Körper, mehr Heiterkeit im Geiste an sich spürt.« (Jean-Jacques Rousseau)

Die Berge gehören bekanntlich zu den »Kernkompetenzen« der Schweiz – für die Schweizer selbst wie auch für die Besucher des Landes. Dieses Buch zeigt Besuchern, mit welchen Bergen sie das Land am besten kennenlernen, und bietet Einheimischen wertvolle Infos, die sie so noch nicht kannten. Die wichtigsten Berge der Schweiz sind nämlich nicht die rund 50 Viertausender, sondern Berge und Hügel, die in allen Höhenlagen zu finden sind:

- die Hausberge wie Üetliberg, Gurten oder Mont Salève
- die Symbolberge wie der Pilatus, Rigi, Jungfrau und Matterhorn
- die kulturell bedeutenden Berge wie der Monte Verità oder die Dreisprachenspitze



Patrick Brauns

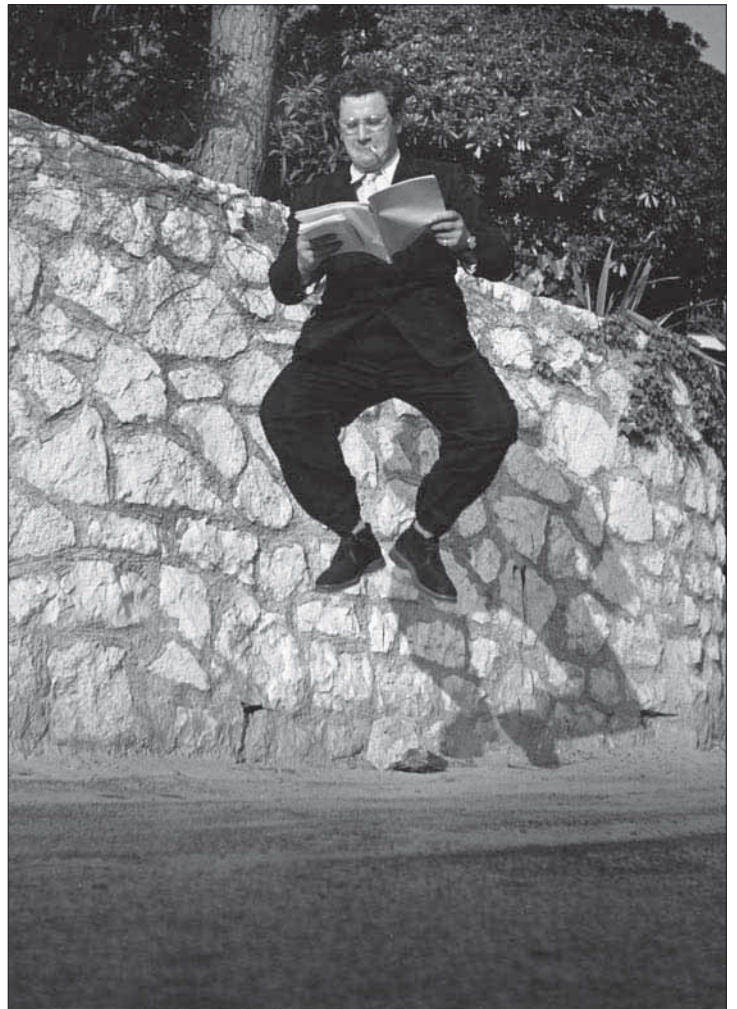
Das Buch der Berge

50 Berge, die Sie kennen müssen

192 Seiten, Leinen, € 17.90 (D), 18.50 (A), sFr. 25.–

ISBN: 978-3-03876-510-3 | WG 1310, 1191 | lieferbar





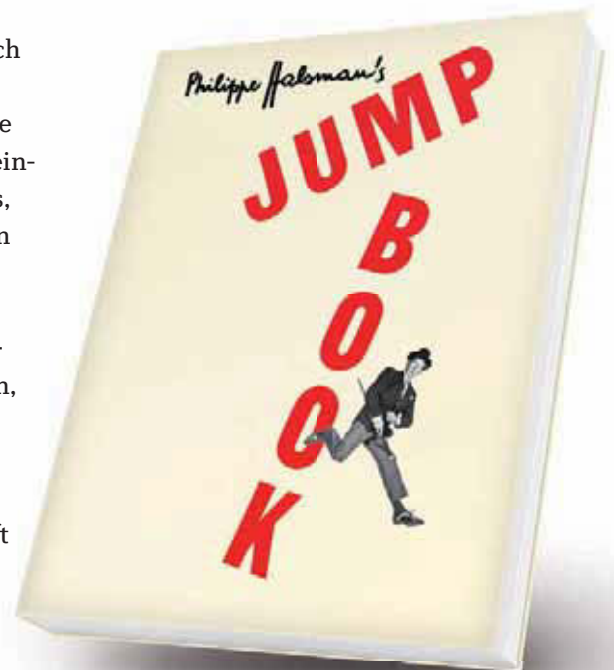
»Witzig, energiegeladen und völlig unerwartet.« (LIFE-Magazine)

29

Diese wunderschöne Faksimile-Ausgabe bringt ein legendäres Fotobuch aus dem Jahr 1959 zurück in den Buchhandel. »JUMP!« versammelt rund 200 Portraits berühmter Persönlichkeiten mitten im Sprung. Diese einzigartigen, witzigen und energiegeladenen Bilder von fliegenden Leinwand-Stars, Politikern, Firmenlenkern, Angehörigen des Königshauses, Künstlern und Schriftstellern nehmen einen außerordentlichen Platz in Halsmans fotografischem Nachlass ein.

Über einen Zeitraum von sechs Jahren beendete der bekannte Portraitfotograf Philippe Halsman in den 1950ern jede seiner Portraitsitzungen, indem er seine Modelle um einen Sprung bat. Grace Kelly, Marilyn Monroe, Audrey Hepburn, Robert Oppenheimer, John Steinbeck, Weegee, Aldous Huxley, Marc Chagall, Salvador Dalí, Brigitte Bardot und Groucho Marx hoben alle für ihn ab. Halsmans Überzeugungskraft ist es zu verdanken, dass selbst Richard Nixon, der Herzog von Windsor und viele andere Persönlichkeiten in die Lüfte stiegen, die ansonsten nicht gerade für ihre Spontaneität bekannt sind.

»Wenn ich eine Person um einen Sprung bitte«, so Halsman, »konzentriert sich deren Aufmerksamkeit fast vollständig auf den Akt des Springens. Die Maske fällt und die echte Persönlichkeit kommt zum Vorschein.« Philippe Halsman (1906-1979) wurde in Riga, Lettland, geboren. Durch den Zweiten Weltkrieg zur Flucht nach New York gezwungen, konnte er sich dort als gefragter Portraitfotograf etablieren. Seine Arbeiten wurden in allen großen Zeitschriften Amerikas veröffentlicht.



Philippe Halsman

JUMP!

Große Sprünge im Portrait

96 Seiten, Hardcover mit SU, Fadenheftung
21 x 28 cm, € 29.90 (D) | € 30.50 (A) | sFr. 37.-
ISBN: 978-3-03876-115-0 | WG 1587, 1191 | lieferbar





Die besten Markengeschichten der Schweiz

»Ein Brand ist nicht mehr als eine Story, die über ein Produkt oder einen Service erzählt wird. Und der Grund, warum wir uns für ganz bestimmte Brands entscheiden ist, dass sie die besten Storys erzählen«, meinte Richard Cordiner von der Werbeagentur Leo Burnett. Aber was sind gute Geschichten? Dieser Frage geht dieses Buch nach und findet Antworten in der Schweizer Markenwelt: Wie hat es zum Beispiel die Maggi-Flasche in über 100 Jahren geschafft, zu einer echten Ikone zu werden, vergleichbar nur mit der Coke Bottle?

Vorgestellte Schweizer Marken:

**Appenzeller | Bally | Bell | Calida | Cailler | Caran d'Ache
Emmentaler | Feldschlösschen | Globi | Kambly | Lindt
Logitech | Mövenpick | NZZ | Ovomaltine | Ricola | Rolex
Swatch | Toblerone | Maggi | Victorinox | Vitra u.v.a.**

Wieso wurde das urschweizerische Toblerone-Dreieck plötzlich zum Superstar in der auf Netflix ausgestrahlten Anime-Serie »Neo Yokio«, die Millionen von Fans hat? Außerdem gibt es eine vor allem bei Kindern sehr beliebte Schweizer Marke, die irgendwann so stark wurde, dass sie sich von ihrem Besitzer emanzipieren konnte und von einer Werbe- zu einer Kinderbuch-Ikone geworden ist: Globi! Dieses Buch geht allen diesen spannenden Markengeschichten nach und illustriert sie mit ausgewähltem Bildmaterial, vielen Background-Informationen, aber auch kenntnisreichen Anekdoten.



Roland J. Müller / Gregory C. Zäch

SWISS BRANDS

33 Markengeschichten der Schweiz

160 Seiten, edle Broschur, Fadenheftung

18 x 24 cm, ca. € 22.- (D) | € 23.50.- (A) | sFr. 29.-

ISBN: 978-3-03876-127-3 | WG 1585 | Nov 18



AUSLIEFERUNGEN

Deutschland

Prolit Verlagsauslieferung

Siemensstrasse 16
D 35463 Fernwald
Tel +49 (0) 641 943 93 31
Fax +49 (0) 641 943 93 39
www.prolit.de
Verlagsbetreuer: Jens Vogt
j.vogt@prolit.de

Österreich

Mohr Morawa Buchvertrieb

Sulzengasse 2
A 1230 Wien
Tel +43 1 680 14 0
Fax +43 1 688 71 30
bestellung@mohrmorawa.at
www.mohrmorawa.at

Schweiz

Schweizer Buchzentrum

Industriestrasse Ost 10
CH 4614 Hägendorf
Tel +41 (0) 62 209 26 26
Fax +41 (0) 62 209 26 27
kundendienst@buchzentrum.ch
www.buchzentrum.ch
Verlagsbetreuerin:
Brigitte Niederberger



Midas Verlag AG

Dunantstrasse 3
CH 8044 Zürich

Tel +41 (0) 44 242 61 02
Fax +41 (0) 44 242 61 05
Mail: kontakt@midas.ch
Website: www.midas.ch

Verlagsleitung

Gregory C. Zäch

Vertriebsleitung / Marketing

Handel / Key Accounts

Marcel Ramirez
Ellingerweg 74
D 81673 München
Tel +49 (0) 172 212 579 2
Fax +49 (0) 89 600 35 457
Mail: marcelramirez@gmx.de

VERLAGSVERTRETER

Deutschland

Bayern

Barbara-Sophia Voglmaier
c/o Büro Heindl / Wislsperger
Leonrodstraße 19
D - 80634 München
Tel +49 (0) 89-76729-289
Fax +49 (0) 89-76729-394
Mail: voglmaier@sinolog.de

Baden-Württemberg

Nicole Grabert
c/o Vertreterbüro Würzburg
Huebergasse 1, D 97070 Würzburg
Tel +49 (0) 931 17 405
Fax +49 (0) 931 17 410
Mail: nicolegrabert@
vertreterbuero-wuerzburg.de

Nordrhein-Westfalen, Hessen

Rheinland-Pfalz, Saarland

Michael Schikowski
Eckernförder Str. 16
D 51065 Köln
Tel +49 (0) 221 6 087 038
Fax +49 (0) 221 92 428 232
Mail: schikowski@
immerschoensachlich.de

Vertreter Fachhandel

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

Schweiz

Schweiz

Ravasio GmbH
Giovanni Ravasio
Heliosstrasse 18
CH 8032 Zürich
Tel +41 (0) 44 260 61 31
Fax +41 (0) 44 260 61 32
Mail: g.ravasio@bluewin.ch

Berlin, Brandenburg

Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen, Thüringen

Peter Jastrow, Jan Reuter,
Bettina Seifert
c/o Jastrow+Seifert+Reuter
Cotheniusstr. 4, D 10407 Berlin
Tel +49 (0) 30 447 32 180
Fax +49 (0) 30 447 32 181
Mail: service@buchart.org

Hamburg, Schleswig-Holstein

Bremen, Niedersachsen,

Bettina Seifert, Peter Jastrow
c/o Jastrow+Seifert+Reuter
Adresse siehe oben

Österreich

Gebiet Ost

Roland Fürst
Bertha-von-Suttner-Gasse 13
A 2700 Wiener Neustadt
Tel +43 (0) 664 391 28 40
Fax +43 (0) 1 253 303 376 62
Mail: roland.fuerst@
mohrmorawa.at

Gebiet West

Thomas Rittig
Stefan Zweig Strasse 6
A 4600 Wels
Fax +43 7242 29084
Mob +43 (0) 664 391 2832
Mail: thomas.rittig@
mohrmorawa.at

Fachhandel

Jutta Bussmann
Breitenfurter Strasse 378A
A 1230 Wien
Tel +43 (0) 664 203 90 71
Tel +43 (0) 664 207 52 58
Mail: jutta.bussmann@
mohrmorawa.at



Bitte beachten Sie
auch unsere beiden
separaten Vorschauen
»Midas Sachbuch« und
»Midas Kinderbuch«

www.midas.ch
www.midascollection.com

Social Media: follow »midasverlag«





Midas Verlag AG
Dunantstrasse 3
CH 8044 Zürich

Midas Büro Berlin
MommSENstr. 43
10629 Berlin

www.midas.ch

Midas  Collection

MIDAS KINDERBUCH

PROGRAMM
HERBST 2018



Midas



Collection

»Wer wagt es, mich in meinem Schlaf zu stören?«, knurrte der Wolf, aufgeweckt von lautem Gelächter. Auf leisen Pfoten schlich er sich zur großen Eiche.



Neugierig beobachtete der Wolf einen Vater mit seiner Tochter. Sie saßen auf der Bank unter dem Baum. Was machten die beiden da?



Ohne zu zögern sauste der Wolf zum Buch. Was für ein Glück, welche Freude! Nun würde er das Ende der Geschichte erfahren.



Schnell versteckte er sich an einem ruhigen Ort.



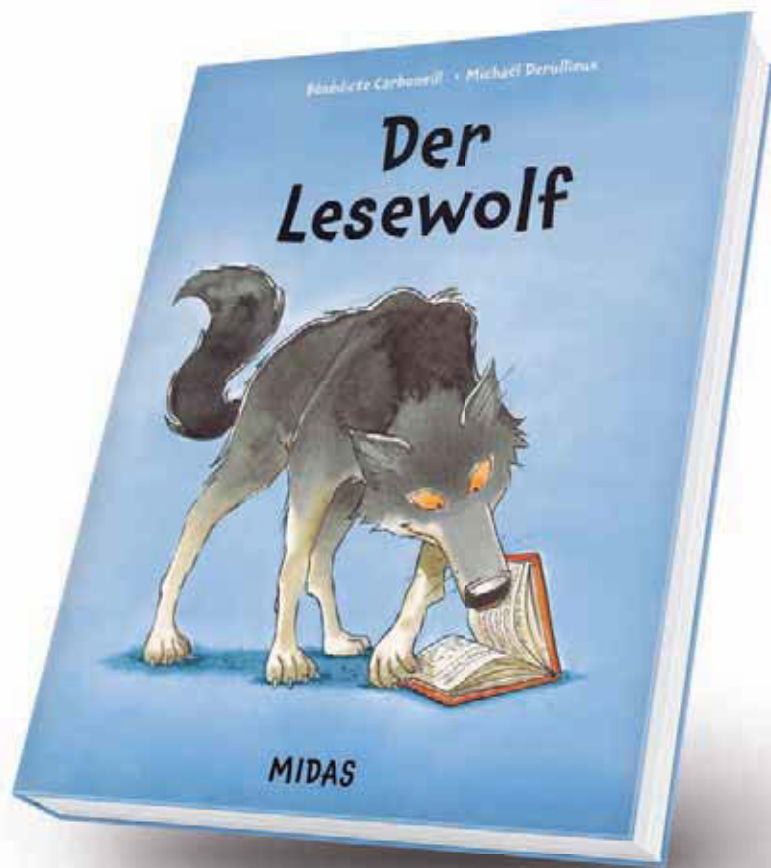
Er schlug die Seiten auf...



Buchpaket

»Lesewolf« 6/5 oder 12/10 Ex.
plus Plakate, Lesezeichen und
5 Sticker mit Aufschrift:
»Ich bin ein Lesewolf«

Netto-Warenwert:
€ 90.- (klein), € 180.- (groß)



Carboneill / Derullieux

Der Lesewolf

32 Seiten, Hardcover, Fadenheftung, ab 4 Jahren

22,5 x 27,5 cm, € 15.- (D), € 15.50 (A), sFr. 20.-

ISBN: 978-3-03876-136-5 | WG 1211 | Sept 18

Lies mir was vor, sonst fress ich dich

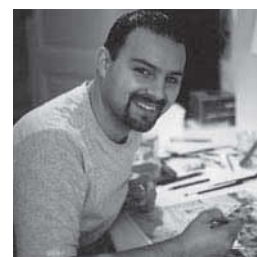
»Wer wagt es, mich in meinem Schlaf zu stören?« grummelt der Wolf. Es ist ein Vater, der auf einer schattigen Bank unter dem Baum sitzt und seiner Tochter aus einem Buch vorliest. Der Wolf wird neugierig, denn die Geschichte ist so spannend, dass er unbedingt das Ende erfahren will. Aber er hat Pech und Glück zugleich, denn der Vater geht mit seiner Tochter nach Hause, bevor er die Geschichte fertig gelesen. Zum großen Glück für den Wolf ist ihm aber das Buch aus der Tasche gefallen. Jetzt muss der Wolf nur noch jemanden finden, der ihm aus dem Buch vorlesen kann, denn er selber kann leider nicht lesen. Er fragt alle Tiere im Wald, aber sie fürchten sich vor ihm. Alle, außer einem kleinen aber mutigen Hasen, der ihm vorliest und eine Erfahrung macht...

In dieser sympathisch erzählten und liebevoll illustrierten Geschichte geht es um Mut und Vertrauen, um Vorurteile und nicht zuletzt auch um die Macht des Wortes und der Bücher. Es spielt mit der Erwartungshaltung des Lesers und hinterfragt das Stereotyp des »bösen Wolfs«. Während der ganzen Geschichte fragt man sich, ob der Wolf wirklich ein enthusiastischer Leser ist oder bloß so tut. »Bei der Lektüre wechseln sich die Emotionen ab. Man amüsiert sich über den Wolf, der keinen Vorleser findet, man zittert mit dem Hasen, der sich in eine riskante Situation begibt, und man freut sich über die unerwartete Wendung. Die Lesefreude hält von der ersten bis zur letzten Seite an.« (Deborah Mirabel, in »Ricochet«, Institut Suisse Jeunesse)

Ein Buch gegen Vorurteile und für mehr Mut!



Bénédicte Carboneill, geboren 1973, sammelte ihre ersten Erfahrungen mit Kindern als Primar-schul-Lehrerin und Rektorin in Frankreich. Sie schrieb zunächst für ihre eigenen Kinder, dann für ihre Schüler und hat inzwischen über 30 Bücher in mehreren Ländern publiziert.



Michaël Derullieux, geboren 1970, studierte Kunst in Lüttich und publizierte sein erstes Kinderbuch bereits während des Studiums. Seither sind mehrere von ihm illustrierte Bücher erschienen. Er lebt mit seiner Frau und drei Kindern in Belgien.

»Karin Burger hat mit ihrer Geschichte etwas erreicht, wovon viele Autoren träumen: Meine Kinder sind nach der Lektüre sofort losgerannt, um im Supermarkt die Spuren der Werbehexen zu finden. Seither gehen wir bewusster und stressfreier einkaufen.«

Dr. Florian Langenscheidt, Autor und Glücksforscher

LEO UND SEIN MÜSLI-STAR

„Wow! Was für ein cooles Tor! Hast du DAS gesehen, Hanna?“
Ja-jaa ... sei still, Leo!“. Als ob MICH irgendetwas von Leos doofer Fußball-Sendung interessiert! Das weiß mein kleiner Bruder eigentlich ganz genau. Leo ist erst fünf – und ich bin schon neun. Da nervt er mich natürlich ziemlich oft!

Wir sind im Wohnzimmer. Sonntag morgens dürfen wir manchmal alleine fernsehschauen, wenn Mama und Papa noch schlafen wollen. Leo hat sich auf dem Sofa in eine Decke gekuschelt und starrt gebannt auf den Fernseher. Gerade kommt seine Lieblingssendung: eine total langweilige Fußball-Serie. Ich male lieber ein Bild für Mama. Nach dem Fußballkase kommt dann MEINE Lieblingssendung: Eine Pferde-Serie. Bis dahin ist mein Bild vielleicht schon fertig.

„So was Blödes! Immer machen die Werbung, wenn es am spannendsten wird!“, ruft mein Bruder plötzlich – und zwar viel zu laut. Mann bin ich jetzt erschrocken. Leo! Ich werfe einen Stift nach ihm: „Sei nicht so laut – sonst wachen Mama und Papa auf! ... dann kann ich nach deiner doofen Serie nicht mehr Paulas Abenteuer sehen!“

Na toll! Jetzt höre ich schon das Fauchen der Kaffeemaschine aus der Küche. „Siehst! Sag ich doch!“ So ein Mist. „Jetzt ist Mama wach – und wir müssen sicher gleich die Glotze ausmachen!“. Sekunden später steckt Mama den Kopf durch die Tür und kommt dann lächelnd im Schlafanzug zu uns ins Wohnzimmer.



Buchpaket

»Werbehexen«

6/5 oder 12/10 Exemplare
plus Deko-Plakate, Lese-
zeichen und Stickerbogen

Netto-Warenwert:

€ 90,- (klein), € 180,- (groß)

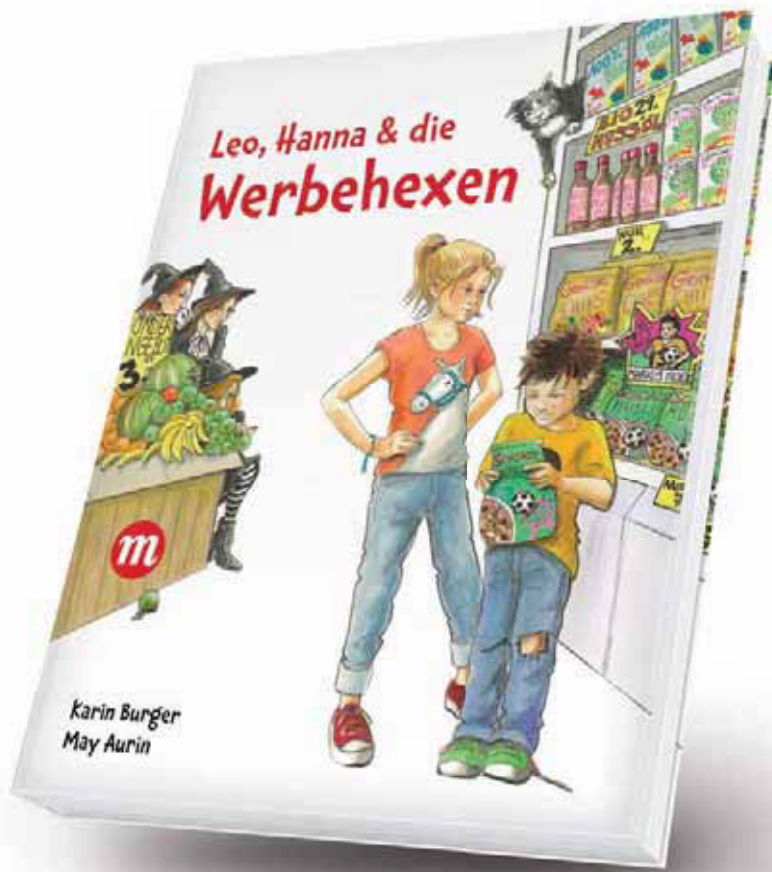
„Dann, ... dann, ... dann sind das bestimmt Werbehexen, die Leo da bei dem Müsli austricksen wollen! Die haben das Bild von Leos Lieblingsfußballer auf die Packung gehext. Und sie haben Markus Meier ins Fernsehen gelockt, damit die Kinder das Müsli haben wollen! Oder Mama?“, rufe ich. Ich habe vor Aufregung einen Schluckauf.
„Genau, meine Große. Und dabei mag Leo gar kein Müsli. Und gesund ist es auch nicht, weil da viel zu viel Zucker drin ist. Markus Meier sollte sich schämen, dass er da mitmacht!“, schnaubt Mama. Sie ist richtig empört jetzt.
„Boah, ist das fies – der spürt ja! Und es funktioniert sogar bei so kleinen Leuten wie Leo? Machen die das nur bei Müsli?“, frage ich aufgebracht. Leo ist beleidigt: „Blöde Kuh! Ich bin überhaupt nicht klein!“
Ich tue so, als hätte ich ihn nicht gehört.

„Hört bitte auf zu streiten!“, schimpft uns Mama leise. Dann klingt ihre Stimme wieder etwas sanfter. „Passt gut auf! Die Werbehexen verstecken sich überall und hinterlassen ihre Spuren. Sie tun alles, was in ihrer Macht steht, um uns reinzulegen. Man muss aufpassen, wenn man nicht auf ihre verführerischen Tricks reinfallen will!“ flüstert sie und schaut sich wieder vorsichtig um. Ich bin kurz sprachlos. Was die Werbehexen da mit uns machen, ist echt krass. Absolut ober-mega-fies! Aber nicht mit mir!

Ich beuge mich zu Leo rüber und flüstere ihm ins Ohr: „Komm mit, Pupsi. Wir sind doch viel schlauer als diese Werbehexen, oder? Wetten, dass wir ihre Tricks sofort erkennen? Machtst du mit?“ Leoschaut mich mit großen Augen an und nickt eifrig. Dann sagt er begeistert: „Au ja, dann sind wir die Werbe-Detektive!“

Wir stehen auf und gehen gaaaaanz unauffällig zum Kühlregal der Bäckerei. Meine Augen fliegen hastig über die vielen Packungen, Becher, Flaschen und Gläser. Da! Ich hab' was! Ich hab' echt was gefunden! Leo guck mal!“, flüstere ich aufgeregt und zeige auf den Erdbeer-Joghurt, der ein Fußball-Logo auf dem Deckel hat. Aber Leo hat selbst schon was entdeckt. Ungeduldig zupft er mich am Ärmel: „Hanna, da, schau! Jetzt schau doch endlich!“ Er deutet auf eine quetschbunte Plastikflasche mit Kakao, auf der ein lustiger Hund zu sehen ist. „Spitze, Leo!“, lobe ich ihn. Daneben liegt noch eine Packung mit bärcchen-förmigem Käse. Leo strahlt mich stolz an. Wir rennen schnell wieder zurück zu Mama. Leo flüstert: „Mama, ihre Spuren sind ja überall! Die wollen uns, glaube ich, mit den tollen Bildern anlocken, meinst du das? Das Essen sieht wie Spielzeug aus, sogar der ekelige Käse! Und an der Müsli-Packung von Markus Meier hängt außerdem noch ein Schlüsselanhänger mit ei-nem Fußball dran. Sonst h'Anhänger ist aber doch nicht schlimm, oder?“ Ratlos schaut er Mama an. Ich verneigne mir ein Grinsen. Leo versteht noch nicht, warum der Schlüsselanhänger auch irgendwie schlimm ist. Aber ICH habe es verstanden! Wieso soll ich einen Anhänger mitbezahlen, wenn ich eigentlich nur ein Müsli kaufen will?





Karin Burger / May Aurin

Leo, Hanna & die Werbehexen

ca. 96 Seiten, Hardcover, Fadenheftung, ab 4 Jahren
Format 17 x 24 cm, 15.00 € (D), € 15.50 (A), sFr. 20.–
ISBN: 978-3-03876-135-8 | WG 1211 | 15. Sept 2018

Den Werbehexen auf der Spur

Wer kennt das nicht? Gemeinsam mit Kindern einkaufen zu gehen, ist für Eltern oft purer Stress: In fast jedem Supermarkt-Regal lauert perfide platziert die so genannte »Quengelware«. Das ist tatsächlich die werbliche Bezeichnung für Produkte, die Kinder zum Betteln und Eltern zum Kauf »zwingen« sollen. Denn ganz ehrlich: Was ist nach einem langen Tag einfacher: Nein zu sagen und das Gequengel bis zur Kasse auszuhalten – oder einfach nachzugeben? Und am Ende doch die Kinderzeitschrift mit dem Plastikspielzeug zu kaufen oder die Wurst mit dem Bärchengesicht, den Joghurt mit den bunten Streuseln, die Zahnpasta mit Helden aus Kino und TV oder das pappsüße Müsli, das auch der Lieblingsfußballer frühstückt?

Wir begleiten eine fröhlich-chaotische Familie im Alltag: die Geschwister Leo (5 Jahre) und Hanna (9 Jahre) mit ihren Eltern Julia und Daniel. In 11 Episoden kommen die Kinder den Werbehexen auf die Spur. Und diese sind wirklich überall: im Supermarkt, im Internet, im Fernsehen, auf dem Spielplatz, im Baumarkt und sogar beim Bäcker. Aber Kinder wollen nicht belogen und betrogen werden, und als Mama ihnen die Werbehexen zeigt, werden Leo und Hanna zu cleveren Werbe-Detektiven, die sogar Mama und Papa dabei erwischen, wie sie auf die Tricks der Hexen reinfallen. Dieses Buch erhebt keinen Zeigefinger. Die Geschichten wecken bei Kindern und Erwachsenen spielerisch ein Bewusstsein dafür, wie vielen Einflüssen und Kaufentscheidungen wir täglich ausgesetzt sind, die mit unseren wahren Bedürfnissen oder der Qualität eines Produkts nichts zu tun haben.

Dieses Buch macht Kinder schlauer und Eltern entspannter!



Karin Burger, geboren 1969, sammelte als PR-Chefin verschiedener Unternehmen Erfahrungen in Marketing und Vertrieb. Sie war u.a. Pressesprecherin der Deutschen José Carreras Leukämie-Stiftung. Seit 15 Jahren ist sie Inhaberin einer erfolgreichen Redneragentur. Sie lebt mit ihren zwei Söhnen glücklich verheiratet in einer Patchworkfamilie in München.



May Aurin, geboren 1968, wuchs in einer Künstlerfamilie auf und malt und zeichnet, seit sie den Stift halten kann. Seit 1989 ist sie als selbstständige Designerin für Werbeagenturen, Filmproduktionen und Verlage tätig. Zu ihren Kunden zählen viele kleine und große Unternehmen und sie war an zahlreichen Buchproduktionen beteiligt. Mit den Tricks und Methoden der Werbung ist sie bestens vertraut. May Aurin lebt mit ihrem Freund und ihren beiden Kindern in Hamburg.



Was macht das Horn im Wald?

Die Instrumente stellen sich vor

PETER STANGEL TASCHENPHILHARMONIE



Illustrationen: © Cornelia von Siedlitz/Aus dem Buch: Was macht das Horn im Wald? – erschienen in der Midas Collection



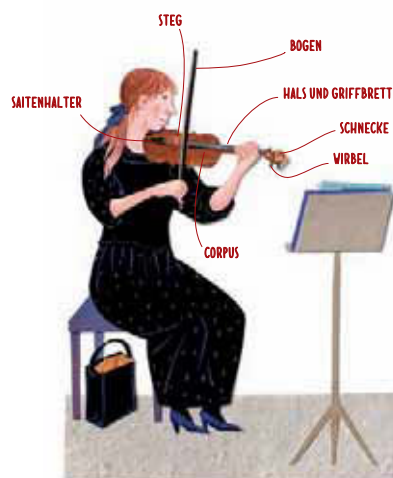
DIE VIOLINE

ird manchmal auch **GEIGE** genannt. Die Namen sind richtig. Sie ist das Streich-Instrument und hat Stimme. Die Violine kann sehr schön spielen, deshalb spielt sie in Orchestern eine wichtige Rolle.

Ein **GEIGENBAUER** ist jemand, der Geigen baut, wie es der Name ja auch sagt. Aber ein Geigenbauer baut nicht nur Geigen, sondern **alle** Streich-Instrumente – also auch Bratschen, Cello und Kontrabässe.

Teile des **CORPUS** aus dem Holz aus. Wenn sie alle die richtige Form haben, werden sie zusammengeleimt und anschließend lackiert. Damit der Klang besser aus der Geige herauskommen kann, macht der Geigenbauer noch zwei **F-LÖCHER** hinein: die heißen so, weil sie wie der Buchstabe »f« aussehen.

Am oberen Ende des Corpus ist der **HALS** mit dem **GRIFFBRETT** befestigt, auf dem wiederum die **SCHNECKE** mit den **WIRBELN** sitzt. An den Wirbeln werden die vier **SAITEN** »aufgezogen«, die über das **GRIFFBRETT** zum **STEG** geführt werden, bevor sie am **SAITENHALTER** festgemacht werden.



10



DIE TUBA

Das tiefste Blechblas-Instrument ist die **TUBA**, mit vollem Namen **BASSTUBA**. Ihr kennt sie bestimmt vom Hören, sie ist nämlich dasjenige Instrument, das immer »um-ta, um-ta« macht, besonders in der Volksmusik.

Die Basstuba ist ein riesengroßes Instrument. Obwohl die Röhre mehrmals zusammengewickelt ist, ist die Tuba so groß, dass sie den Spieler total verdeckt. Ausgerollt wäre sie über 5 Meter lang, und ausserdem wiegt sie über 10 Kilogramm! Wie die anderen Blechblas-Instrumente besteht auch die Tuba aus dem **MUNDSTÜCK**, dem gewaltigen **ROHR**, den **VENTILEN** und einer **STÖRZE**, die nach oben zeigt.

Meistens spielt die Tuba nur in großen Orchestern mit sehr vielen Musikern mit. Aber man hört sie leicht heraus: Sie kann nämlich die tiefsten Töne spielen, genauso tief wie Kontrabass und Kontrafagott.

Tuba zu spielen braucht viel Kraft und eine große Lunge, deshalb sollte man mindestens 12 sein, bevor man mit dem Unterricht anfängt. Man muss sie ja schließlich auch tragen können! Obwohl sie so ein großes Instrument ist, kann sie sehr wohl auch **PIANO** spielen.

»Leise« heißt in der Musikersprache **PIANO**. Das Gegenteil, wenn laut gespielt wird, heißt **FORTE**.

Übrigens hat die Tuba noch ein paar jüngere Brüder, die höhere Stimmen haben.

40



Buchpaket

»Horn im Wald« 6/5 Ex.
plus Deko-Plakat »Das
Orchester stellt sich vor«

Netto-Warenwert: € 111.-



inkl. Audio-CD
und Poster

Peter Stangel / Cornelia von Seidlein

Was macht das Horn im Wald?

Die Instrumente stellen sich vor

64 Seiten, Hardcover, inklusive CD und Poster

Fadenheftung, Format 22,5 x 22,5 cm

ab 4 Jahren, € 18.50 (D), € 19.50 (A), sFr. 25.-

ISBN: 978-3-03876-126-6 | WG 1288 | August 18

Große Musik für kleine Hörer

»Was macht das Horn im Wald?« ist ein interaktives Bilderbuch, Hörbuch und Vorlesebuch. Schon die Kleinsten können damit spielerisch an das Erlebnis klassische Musik herangeführt werden. Peter Stangel, Autor und Dirigent aus München, stellt die zwanzig wichtigsten Instrumente eines klassischen Orchesters kindgerecht, dabei jedoch immer fachlich fundiert und präzise vor. Die liebevollen Illustrationen aller Musiker mit ihren Instrumenten von Cornelia von Seidlein sprechen nicht nur Kinder, sondern auch Erwachsene an.

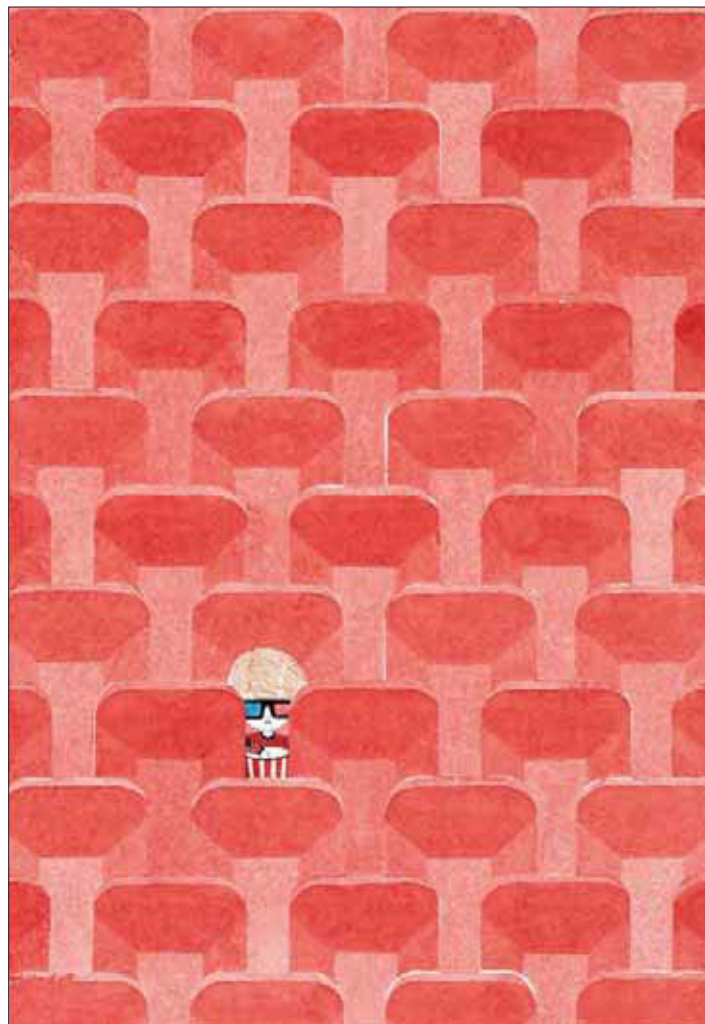
Bei den Solostücken auf der beiliegenden CD handelt es sich durchweg um bekannte Musikstücke wie Bachs »Badinerie«, Tschaikowskis »Blumenwalzer« oder auch Ausschnitte aus der »Zauberflöte«. Pädagogen und Erzieher benötigen keinerlei Vorkenntnisse für den Einsatz der Materialien. Im Buch finden sich neben der ausführlichen Darstellung der einzelnen Instrumente und ihrer Besonderheiten ergänzende Informationen, ab welchem Alter ein bestimmtes Instrument gespielt werden kann und ob es davon Kindergrößen gibt. Wer mehr wissen will, findet in zusätzlichen Kästchen weiterführende Erklärungen. Die Zusatzkapitel über Dirigent und Konzert machen Lust auf den ersten Konzertbesuch und auf dem separaten Poster zum Buch stellt sich das gesamte Orchester vor. Abgerundet werden die technischen Erläuterungen durch praktische Tipps und Infos wie »Welches Instrument kann man ab welchem Alter spielen?«

»Nicht jeder muss klassische Musik mögen, aber jeder sollte die Chance dazu bekommen.« (Peter Stangel)



Peter Stangel war viele Jahre lang als Dirigent und Generalmusikdirektor an verschiedenen Opernhäusern und bei Sinfonieorchestern Europas tätig. 2006 gründete er mit der Taschenphilharmonie das »kleinste Sinfonieorchester der Welt«, mit dem er klassische Musik vom Barock bis zur Gegenwart auf neue Weise präsentiert. In Kooperation mit der ZEIT hat er auch das Projekt »Große Musik für kleine Kinder« eingespielt, eine überaus erfolgreiche Sammlung von 20 CDs mit Klassik für Kinder.

Cornelia von Seidlein hat in München Grafik- und Design studiert und führt seit 1977 ein Atelier für Illustration und Gestaltung in München. Sie illustriert u.a. für die Süddeutsche Zeitung, FAZ, Cicero, Tagesspiegel, ZEIT sowie für namhafte Buchverlage.



Ein poetisches Alphabet der Gefühle

Ein wort- und bildgewaltiges Alphabet der Gefühle. Das Buch lebt von den intensiven Illustrationen. Auf jeder Seite findet sich ein Buchstabe, der zu einem Gefühl passt – »G« für »grummelig«, »N« für »nervös«, »S« für stark – insgesamt alle 26 Buchstaben des Alphabets.

Die wunderschönen Aquarell-Illustrationen von Madalena Moniz folgen einem Kind durch seine ganze Gefühlswelt und haben eine starke emotionale Präsenz. Wie in der realen Welt sind hier nicht alle Gefühle positiv und auch nicht alle einfach, aber sie sind ehrlich und sie sind es wert, mit einem Kind darüber zu sprechen.

Madalena Moniz ist eine Illustratorin aus Lissabon. Nach ihrem Studium an der University of the West in England 2009 arbeitete sie als Art Director in einer Werbeagentur, bevor sie mit einer Gruppe talentierter Freunde ein gemeinsames Studio gründete.

»Die wertvollen Aquarell- und Tinte-Illustrationen von Moniz heben das Buch aus einfachen ABC-Büchern heraus und bereiten den Boden für Gespräche über Gefühle, sobald ein Kind alt genug ist, sich über Emotionen zu unterhalten.« (Kirkus Review)

»Ein traumhaft schönes Bilderbuch, mit dem man wunderbar mit Kindern ins Gespräch kommen kann. Besonders gelungen sind die Gemütslagen, die schwer zu greifen sind, wie z.B. MINI, wenn sich ein Kind nicht richtig wahrgenommen fühlt.« (kilifü)



Madalena Moniz

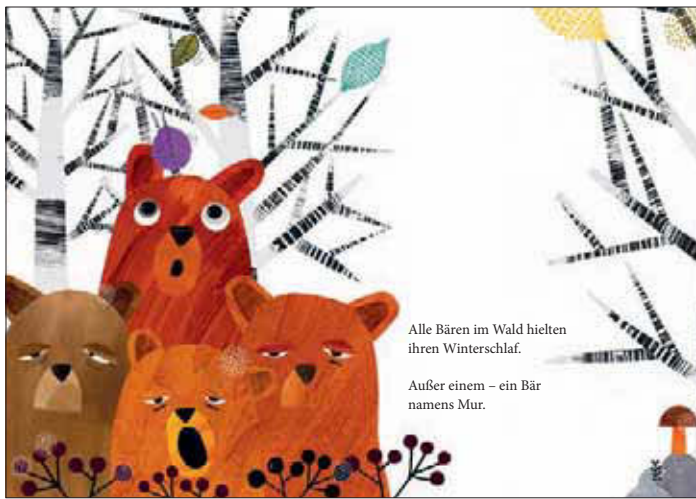
Ich bin heute...

Das Alphabet der Gefühle

Partie
6/5

64 Seiten, Hardcover, Edle Ausstattung, 17 x 26 cm
Fadenheftung, € 15.90 (D), 16.50 (A), sFr. 22.-
ISBN: 978-3-03876-121-1 | WG 1211 | lieferbar

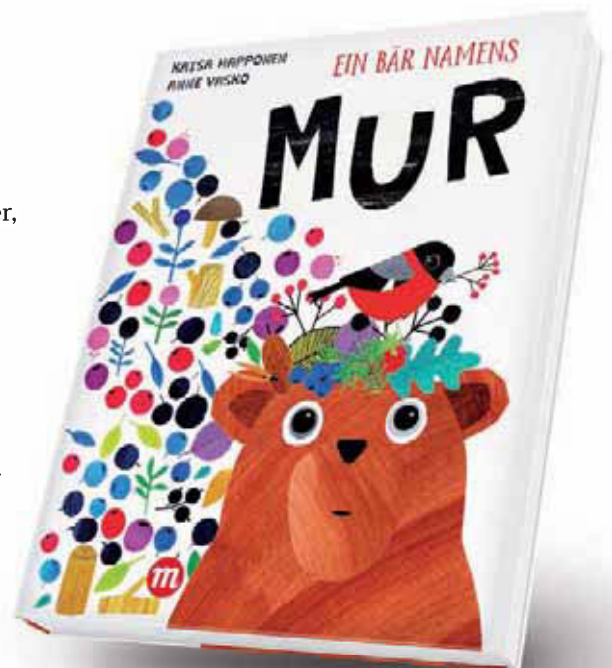




Eine bärenstarke Geschichte

Wie wir wissen, fallen Bären in einen tiefen Winterschlaf, nachdem sie sich den Sommer über den Bauch mit allerhand Nahrung gefüllt haben. Dieses Buch erzählt aber von einem Bären, der einfach nicht müde wird, obwohl er eigentlich auf seine Eltern hören und mit allen anderen in der Höhle Winterschlaf halten sollte. Damit beginnt für Mur ein langer, dunkler und langweiliger Winter.

An diesem Buch ist einfach alles attraktiv: die Geschichte, der Text, die Illustrationen. Jedes Kind und jeder Erwachsene kann sich in die Erzählung von Kaisa Happonen einfühlen, wenn er weiß, wie es ist, anders zu sein als die anderen. Die Illustrationen von Anne Vasko sind lustig, präzise, bunt und wunderschön. Die Farben auf jeder einzelnen Seite unterstreichen den Gemütszustand der Hauptfigur, denn jede Seite wird – entsprechend dem jeweiligen Bären-Bauchgefühl – von einer Farbe dominiert und gibt so die Botschaft des Bildes direkt an den Betrachter weiter. Der Effekt ist mutig und genial.



**Bologna Digital Award
Gewinner 2017**



Kostenlose App zum Buch
Mehr Infos: http://bit.ly/MUR_Trailer

Kaisa Happonen / Anne Vasko
Ein Bär namens Mur

40 Seiten, Hardcover, Fadenheftung, 19,5 x 26 cm
ab 4 Jahren, € 15.90 (D), € 16.50 (A), sFr. 22.–
ISBN: 978-3-03876-120-4 | WG 1211 | lieferbar



AARON ROSEN

Eine Reise durch die Kunst

UND DIE WELTGESCHICHTE

MIDAS



Eine poetische Liebeserklärung an das Buch

»Wenn ich ein Buch wäre...« ist eine liebevolle Hommage an die Magie und den Zauber des Buches. Die phantasievoll-verrückten Illustrationen von André Letria, der ein Buch wahlweise als Drachen, Zelt oder auch Schiff darstellt, und die feinsinnigen Texte von José Jorge Letria sind eine Freude für jeden Buchliebhaber. In den Händen des Vater-Sohn-Duos wird ein Buch zum Berggipfel mit spektakulärem Rundblick (»Wenn ich ein Buch wäre, eröffnete ich viele neue Horizonte«) oder ein endloses Treppenhaus der Phantasie (»Wenn ich ein Buch wäre, würde ich nicht schon am Anfang wissen wollen, wie meine Geschichte ausgeht«.) Bild und Text greifen hier nahtlos ineinander und machen dieses Kleinod zum besten Freund jedes Lesers und einer zeitlosen Ergänzung für jedes Bücherregal.



José Jorge und André Letria

Wenn ich ein Buch wäre

Eine Liebeserklärung an das Buch

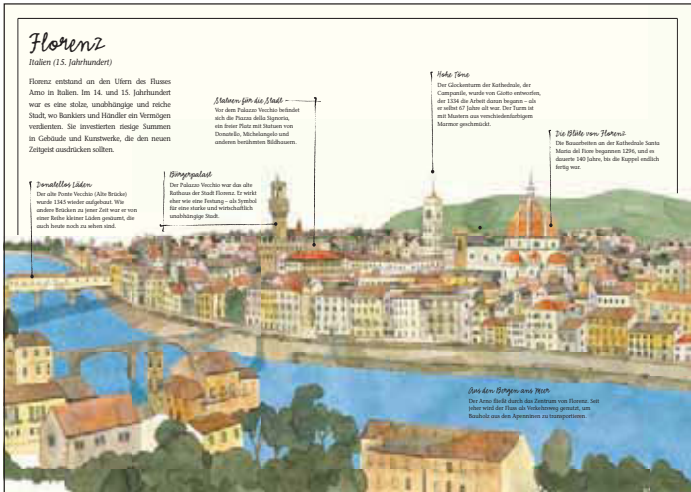
64 Seiten, Hardcover, Fadenheftung, 16 x 20 cm
ab 4 Jahren, € 14.90 (D), € 15.70 (A), sFr. 22.-
ISBN: 978-3-03876-104-4 | WG 1211 | lieferbar

Buchpaket

»Wenn ich ein Buch wäre«
6/5 oder 12/10 Ex. plus
Dekoplatat (Schiff, Flugzeug)
und Lesezeichen.

Netto-Warenwert:
€ 90.- (klein), € 180.- (groß)





Eine faszinierende Kunstgeschichte - nicht nur für Kinder

13

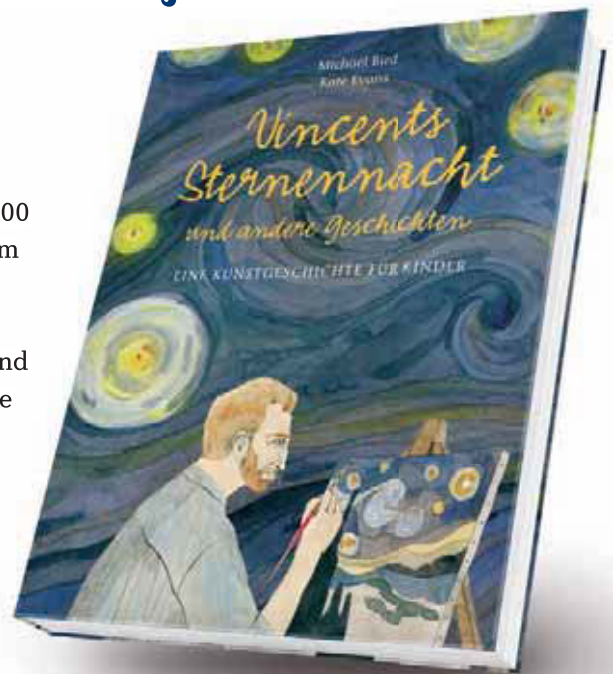
Eine spannende Reise durch 40.000 Jahre Kunstgeschichte, die Künstler und ihre Werke aus der ganzen Welt in spannenden und phantasievollen Erzählungen erlebbar macht.

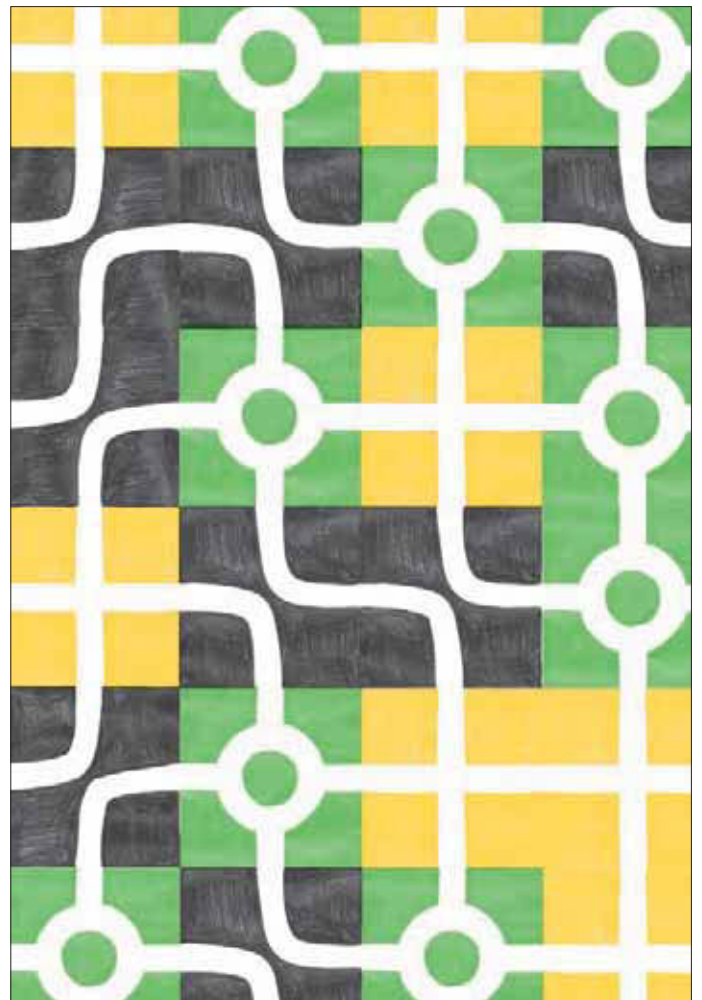
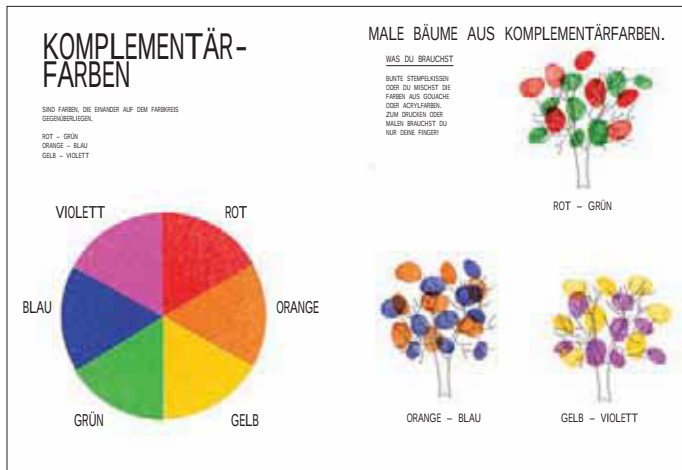
»Diese Geschichte der Kunst beginnt mit dem Löwenmenschen vor 40.000 Jahren in einer Höhle in Deutschland und endet mit Ai Weiwei auf einem Fußweg in Peking im Jahr 2014. In der Zwischenzeit treffen wir über 50 Künstler an allen möglichen Orten: an einem Berg, in einem Steinbruch und mitten in der Wüste, in Hütten und Dampfbooten, Palästen und Gräbern – und natürlich in Ateliers und Werkstätten. Wir beobachten sie beim Malen und Zeichnen auf Felsen und Wände, Holz, Leinwand und Papier. Sie stellen Skulpturen aus Stein, Metall, Lehm, Draht oder sogar Haferbrei her. Geduldig setzen sie winzig kleine Mosaiksteine in Gips, fügen Fragmente bunter Glasscherben oder Flaschenverschlüsse zusammen, zerreißen Zeitungen und fotografieren. Warum verbringen Menschen ihre Zeit mit so etwas? Jeder Künstler in diesem Buch könnte dir darauf eine andere Antwort geben.« (aus dem Vorwort)

Der Kunsthistoriker Michael Bird und die Illustratorin Kate Evans haben mit »Vincent's Sternennacht« ein unvergessliches Buch geschaffen, das lange Freude macht. Es enthält zudem Reproduktionen berühmter Kunstwerke, eine kurze Zeitachse wichtiger Ereignisse und besondere Doppelseiten über für die Kunst wichtige Orte. Eine wunderschöne und bezaubernde Einführung in die Kunst für jedes Bücherregal, jede Hausbibliothek und jeden Nachttisch.

Michael Bird | Kate Evans
Vincent's Sternennacht
 Eine Kunstgeschichte für Kinder

336 Seiten, Hardcover, Fadenheftung, 20 x 28 cm
 ab 8 Jahren, € 29.90 (D), € 30.50 (A), sFr. 37.–
 ISBN: 978-3-03876-100-6 | WG 1288 | lieferbar



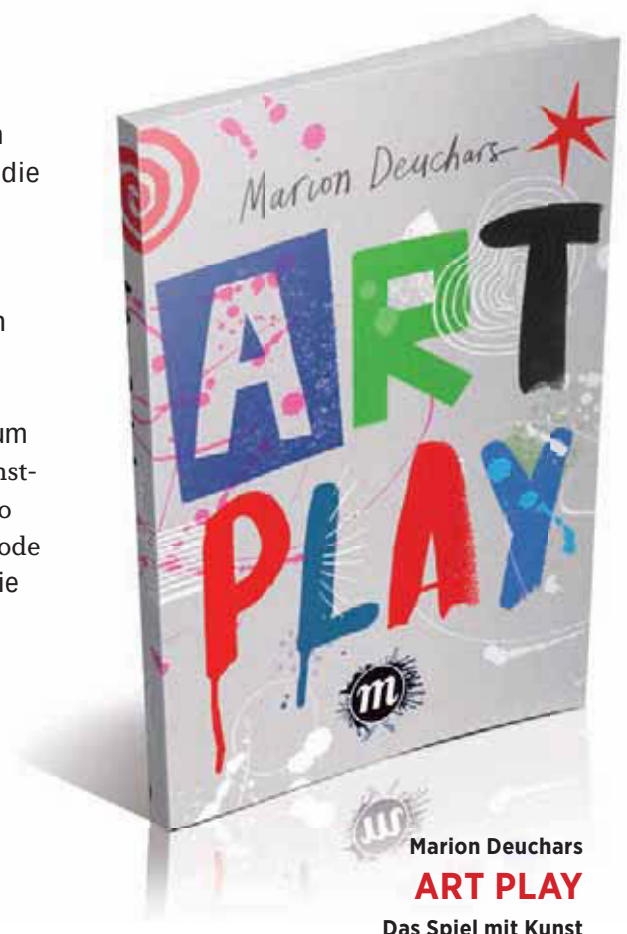


Wecke den Künstler in dir!

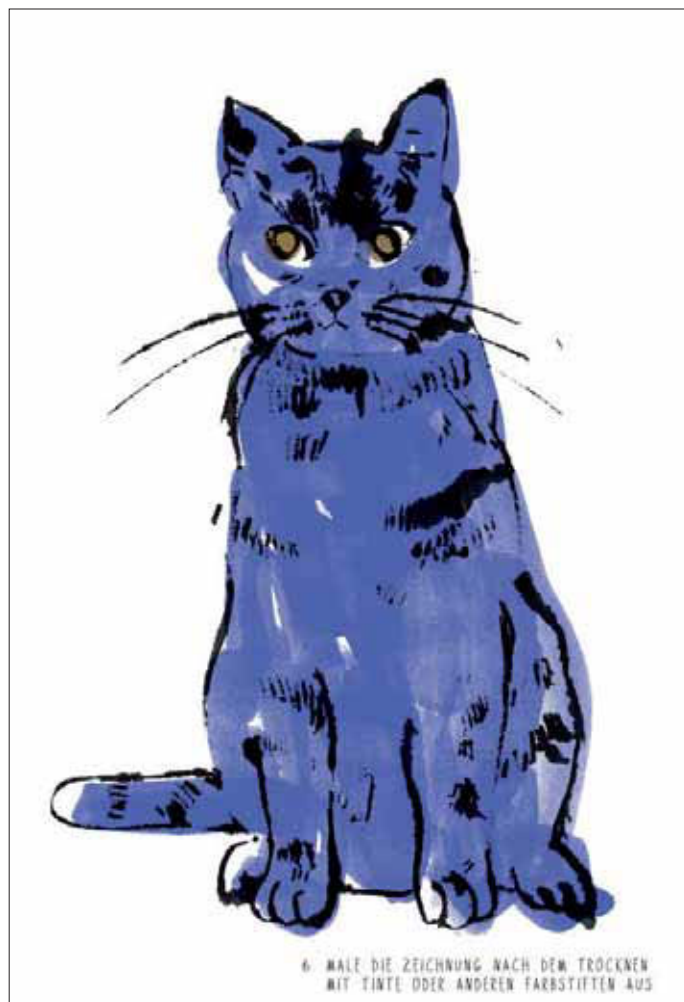
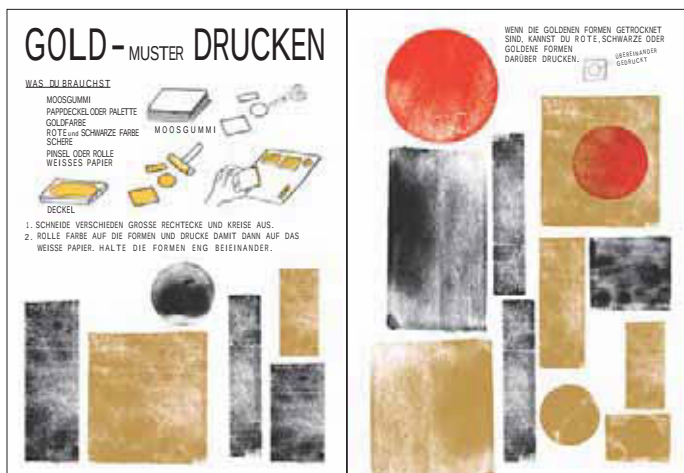
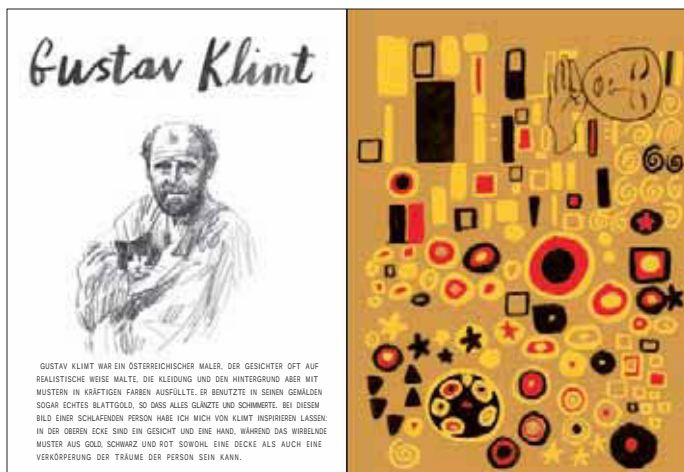
Spiele mit den Bausteinen der Kunst: Meisterwerke kritzeln, in Formen sprechen, mit Farben klecksen, Muster entdecken und die Welt neu sehen. Das ist ART PLAY!

Die schottische Bestsellerautorin Marion Deuchars hat in ihrem neuesten Buch eine überraschende und einladende Sammlung von Aktivitäten und Spielen in sieben Kapiteln zusammengestellt: Zeichnen, Farbe, Formen, Malen, Papier, Drucken und Muster. In jedem Kapitel bieten sich nicht nur zahlreiche Gelegenheiten zum Mitmachen, die gezeigten Techniken fördern und formen auch künstlerische Fähigkeiten und Selbstbewusstsein. Marmorieren macht so viel Spaß – erlebe es selbst! Erstelle auch deinen eigenen Geheimcode in Bildsprache. Eine Entdeckungsreise durch die Welt der Kunst, die viele erlebnisreiche Stunden voller Spaß und Spannung bietet. Art Play weckt den Künstler in dir!

**Spielen ist eine Art zu
arbeiten, und arbeiten ist
eine Art zu spielen.**



224 Seiten, Edle Klappenbroschur, 21 x 29 cm,
ab 6 Jahren, € 24.90 (D), € 25.70 (A), sFr. 33.–
ISBN: 978-3-03876-102-0 | WG 1295 | lieferbar



Lerne von den Besten!

Die schottische Illustratorin Marion Deuchars ist für ihre einzigartigen Mitmach-Malbücher weltbekannt. Mit diesem Buch ist ihr ein besonderes Schmuckstück gelungen: kein Ausmal-, sondern ein Mitmach-Buch für Erwachsene, aber auch für Kinder, die mehr über Künstler wie Kandinsky, Klimt oder Warhol erfahren möchten. Auch der gestresste Manager kann ausprobieren, wie sich die Linienführungs Miròs anfühlt und wie Matisse mit der Schere Kunstwerke schuf.

Mit Arbeitsbeispielen von:

Joan Mirò, Eduardo Chillida, Sonia Delaunay, Salvador Dalí, Wassily Kandinsky, Henri Matisse, Ben Nicholson, Frida Kahlo, Jasper Johns, Paul Klee, Andy Warhol, Hannah Höch, Hokusai, Gustav Klimt, David Hockney u.v.a.

Dieses Buch wirkt für jeden Leser individuell anders, es bietet eine wirklich kreative Freizeitbeschäftigung mit Zusatzwissen für Kinder und Jugendliche, den Ausprobier-Faktor für Kunstkenner und solche, die sich dafür halten, und Entspannung für alle, die den Alltag gern beim Kritzeln und Malen hinter sich lassen. Denn wer möchte nicht einmal »Malen und Zeichnen wie die großen Künstler«?



Marion Deuchars

Malen und Zeichnen

Wie die großen Künstler

240 Seiten, 5-farbig, Edle Klappenbroschur, Fadenheftung
ab 8 Jahren, € 24.90 (D), € 25.70 (A), sFr. 33.-
ISBN: 978-3-907100-56-1 | WG 1295 | lieferbar

AUSLIEFERUNGEN

Deutschland

Prolit Verlagsauslieferung

Siemensstrasse 16
D 35463 Fernwald
Tel +49 (0) 641 943 93 31
Fax +49 (0) 641 943 93 39
Verlagsbetreuer: Jens Vogt
j.vogt@prolit.de

Österreich

Mohr Morawa Buchvertrieb

Sulzengasse 2
A 1230 Wien
Tel +43 1 680 14 0
Fax +43 1 688 71 30
bestellung@mohrmorawa.at

Schweiz

Schweizer Buchzentrum

Industriestrasse Ost 10
CH 4614 Hägendorf
Tel +41 (0) 62 209 26 26
Fax +41 (0) 62 209 26 27
Brigitte Niederberger
kundendienst@buchzentrum.ch



Midas Verlag AG Dunantstrasse 3 CH 8044 Zürich

Tel +41 (0) 44 242 61 02
Fax +41 (0) 44 242 61 05
kontakt@midas.ch

Vertriebsleitung

Marcel Ramirez
Ellingerweg 74
D 81673 München
Tel +49 (0) 172 212 579 2
Fax +49 (0) 89 600 35 457
marcelramirez@gmx.de

VERLAGSVERTRETUNGEN

Bayern

Barbara-Sophia Voglmaier
c/o Büro Heindl & Wislperger
Leonrodstraße 19
D - 80634 München
Tel +49 (0) 89-76729-289
Fax +49 (0) 89-76729-394
voglmaier@sinolog.de

Baden-Württemberg

Nicole Grabert
c/o Vertreterbüro Würzburg
Huebergasse 1, D 97070 Würzburg
Tel +49 (0) 931 17 405
Fax +49 (0) 931 17 410
nicolegrabert@
vertreterbuero-wuerzburg.de

Nordrhein-Westfalen, Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland

Michael Schikowski
Eckernförder Str. 16, D 51065 Köln
Tel +49 (0) 221 6 087 038
Fax +49 (0) 221 92 428 232
schikowski@immerschoensachlich.de

Schweiz

Ravasio GmbH
Giovanni Ravasio
Heliosstrasse 18
CH 8032 Zürich
Tel +41 (0) 44 260 61 31
Fax +41 (0) 44 260 61 32
g.ravasio@bluewin.ch

Berlin, Brandenburg Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen, Thüringen

Peter Jastrow
c/o Jastrow+Seifert+Reuter
Cotheniusstr. 4, D 10407 Berlin
Tel +49 (0) 30 447 32 180
Fax +49 (0) 30 447 32 181
service@buchart.org

Hamburg, Niedersachsen, Schleswig-Holstein, Bremen

Bettina Seifert
c/o Jastrow+Seifert+Reuter

Österreich

Vertreter Gebiet Ost

Roland Fürst
Bertha-von-Suttner-Gasse 13
A 2700 Wiener Neustadt
Tel +43 (0) 664 391 28 40
Fax +43 (0) 1 253 303 376 62
roland.fuerst@mohrmorawa.at

Vertreter Gebiet West

Thomas Rittig
Stefan Zweig Strasse 6
A 4600 Wels
Fax +43 7242 29084
Mob +43 (0) 664 391 2832
thomas.rittig@mohrmorawa.at

Vertreter Fachhandel

Jutta Bussmann
Breitenfurter Strasse 378A
A 1230 Wien
Tel +43 (0) 664 203 90 71
Tel +43 (0) 664 207 52 58
jutta.bussmann@mohrmorawa.at

Daisy Fletcher BIRDTOPIA

84 Seiten, edle Klappenbroschur
€ 17.90 (D), € 18.50 (A), sFr. 25.-
ISBN: 978-3-03876-101-3

Daisy Fletcher Wunder der Wildnis

84 Seiten, edle Klappenbroschur
€ 17.90 (D), € 18.50 (A), sFr. 25.-
ISBN: 978-3-03876-123-5

