



md-Korrespondent Jamy Yang berichtet aus China

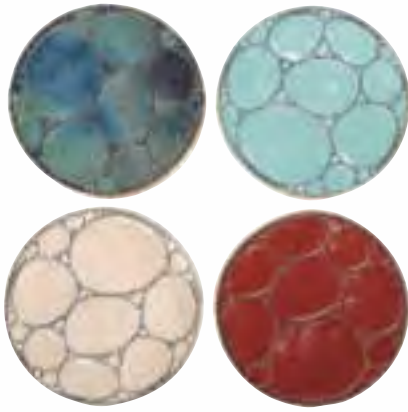
WARM CHINESE

Weltweit verstärkt das digitale Netz unser Bedürfnis nach Authentizität. Auch in China fokussiert sich die Gestaltung auf handwerkliche Fertigung und natürliche Materialien. Das schafft kulturelle Identitäten und Erinnerungswerte. Ein seltener Luxus.

E English translation on page 96



Handwerklich gefertigt. Die erste Kollektion Tischaufsätze 'Ovation GrandView' von Yang Design.



Lunchboxen aus Holz von Shen Baohong für Kanjian Creation.



Emaillierte Schalen 'Cloisonné' von Michael Young für Kanjian Creation.

Seit rund zehn Jahren spricht man bei uns vom "New Chinese". Das wachsende Vertrauen Chinas in die internationale Wirtschaft trägt zum Wandel unseres Selbstverständnisses ebenso bei wie die lebhaften Diskussionen in den sozialen Medien über Handwerkskunst und ihren Stellenwert in einer Welt, die durch das schnelle Internet geprägt ist. Und schließlich ist da auch noch die Suche nach einer chinesischen Identität. Sie beschäftigt besonders die junge Designergeneration.

Meiner Meinung nach ist ein eigener zeitgenössischer chinesischer Stil in einigen Branchen deutlich erkennbar; zum Beispiel bei Möbeln und Interiors. Vor dem sozialen Hintergrund eines von Kontroversen und Unzufriedenheit gekennzeichneten Lebens wird die Familie zum letzten Rückzugsort, der ein Gefühl von Zugehörigkeit, Sicherheit und positiver Energie vermittelt. Dieses Bedürfnis nach Wärme hat Folgen für die Gestaltung einer Wohnung und ist Kern der neuen chinesischen Ästhetik, die ich als "Warm Chinese" bezeichnen möchte. Dieser Trend wird zunehmen und am Ende stilbestimmend für die ganze Innenarchitektur sein.

Wie die Bezeichnung "Warm Chinese" vermuten lässt, konzentriert sich die Farbpalette auf neutrale warme Töne. Einige Farben sind chinesisch inspiriert – Purpurkupfer, Siegellackrot oder Holzbraun – und repräsentieren eine gelassene und elegante östliche Sichtweise. Zu den wichtigen Gestaltungstechniken gehört bei uns der Kontrast – sei es in der Kombination von unterschiedlichen Materialien oder von stark kontrastierenden Oberflächen. Es wird

empfohlen, Holz, Leder, Kupfer, Marmor und andere natürliche Materialien mit einem warmen und glatten Appeal zu kombinieren. Damit will man zum Berühren einladen. Einfache Oberflächen werden gern mit abstrakten Strukturen versehen und nehmen Bezug auf chinesische Tradition und Kultur. Oberflächliche Symbolik ist out.

Die Bewegung des Kunsthandwerks

In den Anfängen der Rückbesinnung auf das Handwerk wurde alles mit einem modernen chinesischen Stil kombiniert. Man brachte auf diese Weise Spitzenqualität mit Understatement in Verbindung, was dem chinesischen Selbstverständnis einer introvertierten und humanistisch geprägten Geisteshaltung nahekommt – ganz im Gegensatz zu einer imperialen Ästhetik.

Mittlerweile haben kunsthandwerkliche Projekte das Interesse der Medien und der Möbelindustrie geweckt. So gibt es Versuche, die traditionelle Stickerkunst der ethnischen Qiang-Minderheit mit aktuellem Mode- und Polstermöbel-design zu kombinieren. Ein anderes Beispiel ist die Yuhang Rong Design Library des Designstudios Pinwu in Hangzhou. Dort präsentiert das Büro eigene Modernisierungs- und Redesignprojekte, die sich mit dem traditionellen Handwerk beschäftigen: Objekte aus Bambus, Seide, Keramik, Kupfer, Papier... Auch unser Büro befasst sich mit dem handwerklichen Erbe. So hat uns die Stadtverwaltung von Suzhou beauftragt, auf Basis der in der Stadt noch existierenden Handwerkskünste neue Designs zu entwickeln. Und die Designplattform Kanjian Creation hat

mit dem Musiker Dadawa und dem Designer Chi Wing Lo als Co-Kuratoren eine Designreise unternommen, um zehn traditionelle chinesische Handwerkskünste zu erforschen – die Arbeit mit Bambus, Holz, Lack, Keramik, Porzellan, Glas, Silber und Eisen sowie Stickerei, Siebdruck, Klotzfärben, indigofarben bedruckte Kattune – und diese Techniken mit modernen Designs zu kombinieren. Die Reise war erfolgreich. Bei der Beijing Poly Spring Auction erzielte das letzte Gebot im Bereich Contemporary Design für einen "Kanjian Tease Stone Screen" mit 8 Mio. Renminbi Yuan den höchsten Zuschlag. Besonders Marken, die in China noch keine lange Tradition haben, nutzen die Auktion als eine der wenigen Plattformen, um eine Premiumzielgruppe zu erreichen und zeitgemäßes Design mit einer anspruchsvollen kulturellen Identität zu kombinieren. Ein seltener Luxus in der Dominanz der digitalen Welt. Mehr Informationen zum Thema "Virtuality & Reality" in der aktuellen Ausgabe des von Yang Design herausgegebenen China Design Trends Report.

JAMY YANG



Unser Autor studierte in China Produktdesign, absolvierte in Deutschland den Master in Industriedesign, arbeitete zunächst im Siemens HQ, bevor er nach China zurückkehrte und 2005

in Shanghai das "Yang Design, Büro für Produktstrategien und Designberatung" gründete. 2007 folgte das Designlabel 'y-town' für Umweltfragen, Human Resources, Materialstudien und Designexperimente. Jamy Yang qualifiziert sich mit mehr als 40 nationalen und internationalen Designauszeichnungen.

"Das Bedürfnis nach Wärme beeinflusst die Gestaltung einer Wohnung"

totally boring to copy something or copy oneself. Each place and each task demands a different and individual solution.

What project was the most important one for the evolution of your office or your career?

I have already realized many and very different projects – but this one is certainly a highlight. Due to its size and to the variety of tasks. This applies to the concert hall and the art gallery because of the many challenges due to the existing options. And it applies to the two country homes: 17 owners, 16 completely different floor plans, a host of different materials. This makes you develop into both an interior designer and a lighting planner. Consequently the outer shell merged with the interior space. Only in this way does it become a *gesamtkunstwerk*, and only in this way would it work.

E English translation from page 60

Material – furniture – trend

Smart Materials Series 20



Form, color and materiality: where are we going in 2016? Right at the beginning of the year, the great number of trade fairs supply first answers. Both the new products and the fair stall designs impressively showed, who is venturing into new territory and has a feeling for current trends.

After the strong presence of copper in the past year, our fair scouts were quite curious to see if this non-ferrous metal is still so popular. This was not the case, as may have been expected. Although copper was sometimes still to be seen, many companies had replaced it with brass. The sticker distributed by NAC put it in a nutshell: "All that glitters is not copper."

Solid wood was omnipresent especially at imm in Cologne. New lacquers and varnishes or oil made its surfaces look as if they were completely untreated. This natural impression was even enhanced by the

fact that the different types of wood were allowed to present their naturally grown character. Strong grain patterns were seen in shelves, cabinets and, most of all, table tops. Over and above that, untrimmed edges or handcrafted carvings underline the uniqueness of these individual series productions. Several times we observed plain wood composite like chipboard or OSB panels, which thanks to clever and sometimes elaborate shapes and joints made the products look distinctly high-grade. The clearly visible trend toward structure and strong haptics was celebrated with three-dimensional fabrics, stitching and seams. For floor coverings and wall designs the many available CNC techniques are used to produce millings or cuttings that invite you to touch them. Untreated core leather was presented conspicuously often. This high-quality material develops its own patina through use, which makes the piece of furniture unmistakable. The question concerning the trend color for 2016 can be answered clearly: it seems that achromatic times are over. The intense colors used for upholstered furniture and fair-stall design have an atmospheric and emotional effect. This was particularly obvious in the many variations of orange. The young generation finds these fresh and trendy and does not even shrink back from combining them with various red shades. Some rather sceptical comments were uttered by visitors who already experienced the last big orange wave some decades ago and associate the color of orange with the 1970s. Meanwhile black is the dominant color as a clear counter-trend to white. But in view of the undisputed high design potential offered by color it does not suffice to believe that well-known furniture could be given an exciting new look by simply changing its color. This can be done better with a new material that enables a new formal idiom, an increase in efficiency during production or innovative ecological aspects. It's a pity that we did not very often encounter really courageous material experiments, but the few exceptions presented by creative heads give reason to hope.

Author: Hannes Bäuerle
www.raumprobe.de



Our author **Hannes Bäuerle** is managing partner, founder and owner of **raumPROBE** in Stuttgart. An acknow-

ledged materials expert, he contributes his know-how to the material platforms staged jointly by **raumPROBE** and **md**. In 2016 we will again invite you to attend fascinating trade events.

E English translation from page 68

Warm Chinese

md correspondent Jany Yang reports from China



All over the world, the digital network is increasing our need for authenticity. In China, too, design focuses on craftsmanship and natural materials. This creates cultural identities and memory values. A rare luxury.

For about ten years now, "New Chinese" has been a subject of discussion. China's increasing confidence in international economy contributes to a change in our self-conception in the same way as the heated discussion in the social media on craftsmanship and its importance in a world characterized by the fast internet. And finally there is also the search for a Chinese identity that is an important subject among the new generation of Chinese designers. I think that a contemporary Chinese style of its own is clearly visible in some trades, for instance in furniture and interior decoration. Against the social background of a life marked by controversy and discontent, the family becomes the last retreat imparting a feeling of belonging, security and positive energy. This need for warmth affects the design of a home and is at the heart of the new kind of Chinese aesthetics which I would like to call "Warm Chinese". This trend will increase and will in the end define the style for the whole field of interior design. As the term "Warm

Chinese" suggests, the color palette focuses on neutral, warm shades. Some colors are inspired by Chinese elements – purple copper, seal red or wood brown. They represent a relaxed and elegant Eastern point of view. In China, one of the most important design elements is contrast – be it as a combination of various materials or highly contrasting surfaces or finishes. It is recommended to combine wood, leather, copper, marble and other natural materials with a warm and smooth tactile appeal. This is meant to invite users to touch the objects. The surfaces are preferably designed in a simple style with abstract structures, referring to Chinese tradition and culture. Superficial symbols are out.

The handicraft movement

In the early stages of the return to craftsmanship everything was combined with a modern Chinese style. Thus premium quality and understatement were brought together, and this very closely expresses the way the Chinese see themselves, representing an introvert and humanist attitude of mind in a sharp contrast to imperial aestheticism. Meanwhile handicraft projects have attracted the attention of the media and the furniture industry. There are attempts to combine the traditional embroidery of the ethnic Qiang minority with contemporary fashion and upholstery-furniture design. Another example is the Yuhang Rong Design Library of the Pinwu design studio in Hangzhou. There, the studio presents modernization and redesign projects of its own, which include traditional craftsmanship – objects made of bamboo, silk, pottery, copper and paper. Our studio, too, deals with handicraft heritage. The city government of Suzhou has commissioned us to develop new designs based on the still existing handicrafts of the city. And the Kanjian Creation design platform went on a design journey with musician Dadawa and designer Chi Wing Lo as curators to explore ten traditional Chinese handicraft techniques that work with bamboo, wood, lacquer, ceramics, porcelain, glass, silver and iron as well as embroidery, silk-screen printing, pad dyeing and indigo calico printing, and then to combine these techniques with modern designs. It was a successful journey. At the Beijing Poly Spring Auction, the last bid for a "Kanjian Tease Stone Screen" scored the highest price, RMB 8 million yuan. Especially the brands that do not have a long tradition in China use the auction house as one of the rare platforms to reach a premium target group and to combine contemporary design with a demanding cultural identity. A rare luxury in a digitally dominated world. You will find more information on the subject of "Virtuality & Reality" in the current issue of the China Design Trends Report published by Yang Design.



Our author **Jamy Yang** studied product design in China and graduated in Germany with a master's degree in industrial design. He worked at Siemens HQ for a while before returning to China and founding Yang Design in Shanghai in 2005, an office for product strategies and design consultancy. In 2007, the y-town design label was established, catering for environmental problems, human resources, material studies and design experiments. Among his qualifications are numerous national and international design awards.

IMPRESSUM

md INTERIOR DESIGN ARCHITECTURE

62. Jahrgang

ISSN 0343-0642

Herausgeberin: Katja Kohlhammer

Verlag: Konradin Medien GmbH, Ernst-Mey-Straße 8
70771 Leinfelden-Echterdingen/Germany

Geschäftsführer: Peter Dilger
Verlagsleiterin: Marei Röding

Redaktion:

Chefredakteur: Daniel von Bernstorff
Phone +49 711 7594-229
Chefin vom Dienst: Susanne Tamborini-Liebenberg
Phone +49 711 7594-288
Alexander Kuckuk, Phone +49 711 7594-352
Katharina Feuer, Phone +49 711 7594-423
E-Mail: md.redaktion@konradin.de

Redaktionsassistent: Irene Krämer, Phone +49 711 7594-283

Layout: Christina Saroulidou, Phone +49 711 7594-377

Übersetzungen ins Englische: Ursula May Sander

Korrespondenten:

Imke Janoschek, Enskede/S, Mobil +46 70 4564571
Kay von Losoncz, Zürich/CH, Phone +41 79 209 74 14
Ingo Werk, Wilmington CA/USA, ingo.werk@ymail.com
Jamy Yang, YANG DESIGN, Shanghai/CN, www.yang-design.com

Anzeigenleitung:

Petra Vheinger, Phone +49 711 7594-404

Auftragsmanagement:

Petra Breuer, Phone +49 711 7594-312
Zurzeit gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 57 vom 1.10.2015

Leserservice:

Marita Mlynek, Phone +49 711 7594-302
marita.mlynek@konradin.de

Erscheinungsweise: 8 x jährlich

Jahresabonnement:

Inland 150,00 EUR inkl. MwSt. und Versand
Ausland 159,60 EUR inkl. Versand
Für Schüler, Studenten und Auszubildende gegen Nachweis:
Inland 92,40 EUR inkl. MwSt. und Versand
Ausland 102,00 EUR inkl. Versand

Einzelpreis: Inland 18,80 EUR inkl. MwSt. zzgl. Versand

Bezugszeit: Sofern die Lieferung nicht für einen bestimmten Zeitraum ausdrücklich bestellt war, läuft das Abonnement bis auf Widerruf. Das Abonnement kann erstmals vier Wochen zum Ende des ersten Bezugsjahres gekündigt werden. Nach Ablauf des ersten Jahres gilt eine Kündigungsfrist von jeweils vier Wochen zum Quartalsende. Bei Nichterscheinen aus technischen Gründen oder höherer Gewalt entsteht kein Anspruch auf Ersatz vorausbezahlter Bezugsgebühren. Manuskripte werden gerne von der Redaktion entgegengenommen. Gekennzeichnete Artikel stellen die Meinung des Autors, nicht unbedingt die der Redaktion dar. Für unverlangt eingesandte Manuskripte sowie für Berichte aus der Industrie wird keine Gewähr übernommen. Die in md veröffentlichten Beiträge sind urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte, insbesondere das Recht der Übersetzung, ferner der Reproduktion in irgendeiner Form, sowie der Wiedergabe durch öffentlichen Vortrag, Funk- oder Fernsehsendung, bleiben – mit Ausnahme der in §§ 53 und 54 UrhG genannten Sonderfälle – ausdrücklich vorbehalten. Erfüllungsort und Gerichtsstand ist Stuttgart.

Druck: Konradin Druck GmbH, Leinfelden-Echterdingen
Printed in Germany

© 2016 by Konradin Medien GmbH, Leinfelden-Echterdingen

konradin
mediengruppe

