

22.01.2015

Tendenz nach oben

Von Lea Rieck (<http://www.ad-magazin.de/author/lea-rieck/>)

Clemens Tissi und Markus Miessen
für New Tendency
newtendency.de (<http://newtendency.de>)

Design (<http://www.ad-magazin.de/tag/design/>) **imm**

(<http://www.ad-magazin.de/tag/imm/>) **People**

(<http://www.ad-magazin.de/tag/people/>) **Produkt**

(<http://www.ad-magazin.de/tag/produkt/>)

 Gefällt mir

 Twitern

 +1 (<http://www.ad-magazin.de/2015/01/tendenz-steigend/?share=google-plus-1&nb=1>)

 Ma

New Tendency auf der imm: Wir zeigen die Neuheiten und haben mit Clemens Tissi und Markus Miessen über die Zusammenarbeit mit dem Label gesprochen.



(http://www.ad-magazin.de/wp-content/uploads/2015/01/NEW-TENDENCY_Catalog-2015_8-1200x939.jpg)

NEW TENDENCY

So schlicht, so funktionell, so gut: Das Portfolio des in Berlin ansässigen Designstudios New Tendency (<http://www.newtendency.de/>) reicht von eigenen Entwürfen bis hin zu Kollaborationen mit ausgewählten Designern. Zuletzt lud das Label Markus Miessen (<http://www.studiomiessen.com/>) und Clemens Tissi (<http://www.clemenstissi.com/>) zur Zusammenarbeit ein – zum ersten Mal gehen nun Entwürfe der beiden in Serie. Auf der imm cologne (<http://www.imm-cologne.de/de/imm/home/index.php>) sprachen wir mit Clemens Tissi und Markus Miessen über ihre Ideen und die Zusammenarbeit mit New Tendency.



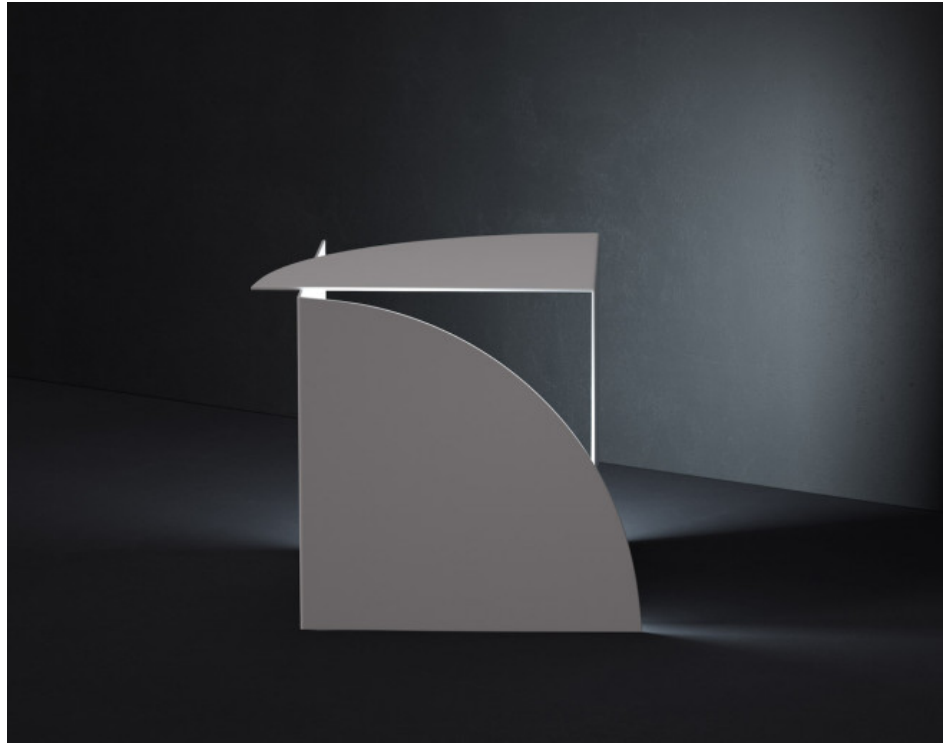
(http://www.ad-magazin.de/wp-content/uploads/2015/01/DONALD-CORPORATE_table-1200x800.jpg)

NEW TENDENCY: DONALD Corporate Tisch von Markus Miessen

AD: Welche neuen Designs präsentieren Sie auf der imm?

Clemens Tissi: New Tendency zeigt von mir die Leuchte „Yuhi“ (japanisch für Abendsonne). Die Idee war ein Objekt zu kreieren, das erst im Gebrauch durch den Benutzer seine Form findet. Die zwei voneinander unabhängigen Teile der Leuchte ergeben, je nachdem wie sie durch den Benutzer zueinander gestellt werden, unterschiedliche Lichträume und grafische Bilder.

Markus Miessen: Gemeinsam mit New Tendency präsentiere ich zwei Versionen meines „Donald“-Tischs. Die Tische können vielfältig eingesetzt werden, wurden allerdings ursprünglich als Diskurs- und Arbeitsorte entwickelt. Das Projekt entstand im Rahmen eines Forschungsprojekts zum Thema „Cultures of Assembly“, ein Thema, mit dem sich mein Studio schon seit längerer Zeit intensiv auseinandersetzt. Darin gehen wir der Frage nach, wie Menschen zusammenkommen und in wieweit Design Einfluss auf potenzielle Reibungen oder Konflikte entwickeln kann, die wir als positiv ansehen. Die Tische sind formal eng an die Arbeiten von Donald Judd angelehnt. Wir haben versucht, eine Art operative Version seiner Objekte zu gestalten – ein Retrofit, das sich die Frage nach maximalem Nutzen auf die Fahne geschrieben hat und dabei versucht, möglichst clean und reduziert zu bleiben.



(http://www.ad-magazin.de/wp-content/uploads/2015/01/YUHI_lamp-1200x952.jpg)

NEW TENDENCY: YUHI Leuchte von Clemens Tissi

Was unterscheidet New Tendency von den anderen Ausstellern?

Miessen: New Tendency zeichnen sich dadurch aus, dass sie gleichzeitig professionell und freundschaftlich arbeiten. Die Inhaber Manuel Goller, Christoph Goller und Sebastian Schönheit legen extrem viel Wert auf zeitgenössisches, kritisches Design, das gleichzeitig in sehr hoher und detailgenauer handwerklicher Qualität umgesetzt wird. Hier kann man schon fast von einer Art Slow Design sprechen – zwar nicht unbedingt saisonal, aber lokal, qualitativ hochwertig und fair produziert. Ich finde es sehr wichtig, dass man Design als Kette von Partnern und Produzenten versteht. Die Kette beginnt bei mir und New Tendency und erstreckt sich über viele Akteure bis hin zur Distribution des physischen Objekts. Diese Kette ist bei New Tendency sehr angenehm strukturiert.

Welcher Trend wird Sie im kommenden Jahr in Ihren Arbeiten beschäftigen?

Tissi: Als Entwerfer halte ich die Augen vor Trends verschlossen – würde ich sie im Vorfeld beachten, wäre ich für die tatsächliche Arbeit verloren. Sie wären höchstens interessant, wenn man mal im Nachhinein realisieren würde, dass man selbst einen Trend gesetzt hat.

Miessen: Ich frage mich bei dem zunehmenden *cocooning* der Gesellschaft, wie man es in Städten schafft, einerseits zu verdichten und gleichzeitig Frei- und Rückzugsorte zu schaffen bzw. zu erhalten. Im Studio interessiert uns im Moment besonders die Frage, wie man Kunstsammlungen sinnvoll, zeitlos und gleichzeitig flexibel verräumlicht.



(http://www.ad-magazin.de/wp-content/uploads/2015/01/NEW-TENDENCY_Catalog-2015_11-1200x830.jpg)

Auf was freuen Sie sich bei der imm besonders?

Miessen: Auf die Besucher und deren Reaktionen!

Tissi: Es ist mein erster Besuch auf der imm und ich freue mich auf so ziemlich alles: von den Messehallen über die allgemeine Stimmung bis hin zum Messeessen. Besonders gespannt bin ich aber natürlich auf die Reaktionen auf meine Leuchte „Yuhi“.

Gibt es zeitgenössische Designer, die Sie besonders mögen?

Tissi: Ich muss gestehen, dass ich mich überhaupt nicht für zeitgenössisches Design oder andere Designer interessiere. Da fragen Sie einen vollkommen ignoranten Banausen!

Das könnte Sie auch interessieren



22.01.2015

Bitte setzen!

COR auf der imm cologne – mit drei hervorragenden Argumenten zum Sitzenbleiben.

(<http://www.ad-magazin.de/2015/01/bitte-setzen/>)

Design (<http://www.ad->





21.01.2015

Trio mit Konzept

Schönbuch auf der imm cologne: Wir zeigen Ihnen die neue Kollektion und sprachen mit drei Designern über Kisten, Köln und Konkurrenz.

(<http://www.ad-magazin.de/2015/01/trio-mit-konzept/>)

Design (<http://www.ad-magazin.de/tag/design/>) **imm** (<http://www.ad-magazin.de/tag/imm/>) **Produkt** (<http://www.ad-magazin.de/tag/produkt/>)

Digitales Magazin

(http://abo.ad-magazin.de/digital/?utm_campaign=Aboshop-Streamteaser++Digitalabo&utm_source=AD+Website&utm_medium=Digitalabo)
Jetzt die digitale Ausgabe von AD zum



20.01.2015

AD bei: Marc Meiré

Zum Auftakt der imm cologne empfing Marc Meiré die Designszene in seinem Wohnhaus – beim traditionellen Cocktail mit Stylepark und AD.

(<http://www.ad-magazin.de/2015/01/ad-bei-imm-cologne-2015/>)

Event (<http://www.ad-magazin.de/tag/event/>) **imm** (<http://www.ad-magazin.de/tag/imm/>) **People** (<http://www.ad-magazin.de/tag/people/>)



21.01.2015

Funktionale Gewichtszunahme

Leichtgängiges von My Kilos auf der imm cologne: von Münzen, Häuserblöcken und Hängeleuchten.

(<http://www.ad-magazin.de/2015/01/funktionale-gewichtszunahme/>)

Design (<http://www.ad-magazin.de/tag/design/>) **imm** (<http://www.ad-magazin.de/tag/imm/>) **Produkt** (<http://www.ad-magazin.de/tag/produkt/>)

AD abonnieren (http://abo.ad-magazin.de/?utm_campaign=Aboshop)

Footernavi (<http://www.ad-magazin.de/footer>)

Impressum (<http://www.ad-magazin.de/impressum/>)

Werbung buchen (<http://www.ad-magazin.de/werbung-buchen/>)

AGB (<http://www.ad-magazin.de/agb/>)

Datenschutz (<http://www.ad-magazin.de/datenschutz/>)

Condé Nast Verlag (<http://www.condenast.de/>) **VOGUE** (<http://www.vogue.de/>)

GQ (<http://www.gq-magazin.de/>) **GLAMOUR** (<http://www.glamour.de/>)

myself (<http://www.myself.de/>) **WIRED** (<http://www.wired.de/>) **AD weltweit** (JavaScript:;)