

Traumwelt Hotel

.PROJECTS

Alila Yangshuo Guangxi
The Lovelace Munich

.PRODUCTS

Ottimo Design Milano
Outdoor Living

.PEOPLE

Katrin Günther
Klemens Grund



LETTER FROM SHANGHAI

PINK FÜR KAFFEE



Autor

Jamy Yang

studierte in China
Produktdesign,
absolvierte in
Deutschland
den Master in
Industriedesign
und gründete 2005
in Shanghai das
'Yang Design,
Büro für Produkt-
strategien und
Designberatung'.



An dieser Stelle
erreichen uns im
Wechsel Briefe
von Jamy Yang,
Shanghai, und
von Ingo Werk,
Los Angeles.

Fotos
Yang Design

Hallo Freunde der Flamingos,

junge Chinesen sagen gerne „Beauty is Justice“ – Schönheit ist Gerechtigkeit. Die Kaufentscheidung hängt also nicht nur von der Funktionalität eines Produkts ab, sondern auch von seiner emotionalen Botschaft.

Wie diese Botschaft aussehen kann, das ermitteln wir in Umfragen wie dem von Tmall erstellten „2017 Beauty Care Consumption Trend Report“. Dieser wertet die Erhebungsdaten von jungen Influencern aus und hat entsprechenden Einfluss in der Zielgruppe. So stieg im Jahr 2017 der Chinaexport der Kosmetikmarke L'Occitane um 26.9 % im Vergleich zum Vorjahreszeitraum, nachdem die Franzosen den koreanisch-chinesischen Popstar LuHan (Boysgroup EXO) im Reich der Mitte als Markenbotschafter eingeführt hatten.

Auch Buchhandlungen haben eine emotionale Botschaft. Wenn ihr „Outfit“ stimmt, sind sie bei uns ein attraktiver Treffpunkt für junge Leute. Der Buchladen ‚Zhongshuge‘ in Suzhou gilt als der schönste im ganzen Land. Ein Bericht zur Shop-Eröffnung brachte es bei WeChat auf 30 Mio. Seitenaufrufe und 184 000 Kommentare und Likes.

Oder „Online Celebrity Stores“. So heißen „offline“-Läden oder Messestände, die speziell auf die Social-Media-Community abzielen und ihre Klientel zum Posen, Selfies machen und Sharen animieren. Shop und Kunde promoten sich fürs Netz. Auf den ersten Blick sieht das zwar alles irgendwie ähnlich aus, folgt dem gleichen semiotischen Code mit viel Rosa, Messing, Samt, Bonsai und Flamingos – sowohl der Vogel als Designmotiv wie seine Farbe(n) sind Kult. Viele Marken entscheiden sich für die Farbe Pink, weil sie im Netz plakativ und appetitlich wirke – selbst der Kaffee soll vor Rosa besonders lecker überkommen. Wie sich die vielen rosa Dinge trotzdem voneinander unterscheiden? Bei tausendundeiner Schattierung ist vom very girlish Pfirsichblütenrosa über das reifere Altrosa bis hin zum gepflegten Premium-Hautton für jeden was dabei.

Best regards,





Wenn man einmal darauf achtet, dann begegnet uns die Farbe Pink im Alltag überall.

„In den Online Celebrity Stores kommt **Rosa im Netz** besonders plakativ rüber“



Beide Aufnahmen entstanden auf der Messe Design Shanghai 2018.



E English translation from page 76

PINK AS A CAFÉ

Letter from Shanghai



Hello friends of the flamingos,

Young Chinese like to say "beauty is justice". Purchase decisions don't depend on the functionality of a product but on its emotional message as well.

We try to find out in opinion polls how this message may look like. For instance by the "2017 Beauty Care Consumption Trend Report", compiled by Tmall, based on data collected by young influencers who have due impact on this target group. After L'Occitane had engaged LuHan, a Korean-Chinese pop star (EXO boy group), as their brand ambassador in China, their export sales to this country increased by 26.9 percent in 2017 compared with the same period of the previous year. Today China is the French cosmetics brand's strongest growth market worldwide.

Alternatively look at bookshops. In our country they are an attractive meeting point for young people – provided their outfit has been tuned up. The 'Zhongshuge' in Suzhou is said to be the most beautiful bookshop throughout the country. A report on the shop opening generated 30 million visits at WeChat and 184,000 comments and likes. Another example: 'Online Celebrity Stores'. That's how "offline" shops and fair stalls are called that especially target the social-media community and their clientele and encourage them to pose, take selfies and share them. The shop and the client promote each other, in reality and online. At first glance all this somehow looks alike and follows the same semiotic code. Lots of pink, brass, velvet, bonzai and a host of flamingos – both the bird as a design motif and its color(s) are cult. The

brands opt for pink because online it looks striking and appetizing – even coffee appears more delicious in front of a pink wall. But to which extent are things different nevertheless? In view of a thousand and one color shades there is something for every whim – from a very girlish peach blossom pink or the rather mature dusky pink to a smart, premium skin tone.

Best regards, Jamy



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.

IMPRESSUM

md INTERIOR DESIGN ARCHITECTURE
64. 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:

Chefredakteurin: Susanne Tamborini-Liebenberg
Phone +49 711 7594-288
Gabriele Benitz, Phone +49 711 7594-384
Katharina Feuer, Phone +49 711 7594-423
Alexander Kuckuk, Phone +49 711 7594-352
E-Mail: md.redaktion@konradin.de

Redaktionsbeirat:

Prof. Dr. Ing. Wilhelm Bauer, Fraunhofer IAO und IAT Universität Stuttgart
Hannes Bäuerle, raumprobe, Stuttgart
Gerd Pfarré, pfarré lighting design, München
Amandus Samsøe Sattler, Almann Sattler Wappner Architekten, München
Vera Schmitz, Innenarchitektin bdia, Architektin dwb, Oberhausen
Prof. Rudolf Schrickler, Planungsatelier Schrickler Stuttgart + Coburg
Prof. Dr. René Spitz, Köln

Michael Stoz, Vorstand PART.ner AG, Offenburg

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

Gestaltung: Nicole Gauch, Phone +49 711 7594-341

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

Übersetzungen ins Englische: Ursula May Sander

Korrespondenten:

Ingo Werk, Wilmington CA/USA, ingo.werk@gmail.com
Jamy Yang, Yang Design, Shanghai/CN, www.yang-design.com

Anzeigenleitung:

Petra Wehinger, Phone +49 711 7594-404

Auftragsmanagement:

Petra Breuer, Phone +49 711 7594-312

Es gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 59 vom 1.10.2017

Leserservice:

Postfach 810580, 70522 Stuttgart

Phone +49 711 72 52-191

Fax +49 711 72 52-399

E-Mail: md@zenit-presse.de

Erscheinungsweise: 12 Ausgaben jährlich

Jahresabonnement:

Inland 154,80 EUR inkl. MwSt. und Versand

Ausland 164,40 EUR inkl. Versand

Jahresabonnement für Schüler und Studenten gegen Nachweis:

Inland 92,40 EUR inkl. MwSt. und Versand

Ausland 108,60 EUR inkl. Versand

Einzelpreis: Inland 13,00 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.

Verbandsorganschaft: BDB-HESSENFRANKFURT

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

© 2018 by Konradin Medien GmbH, Leinfelden-Echterdingen

konradin
mediengruppe

