

backstage

conmoto magazine

conmoto.brands
summer 2022

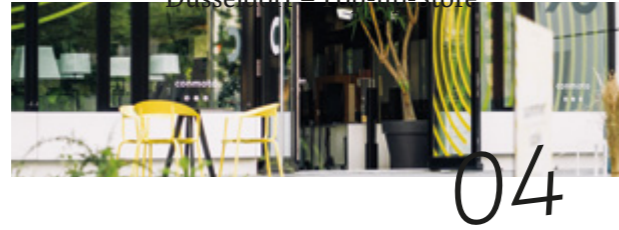


02

content

activities

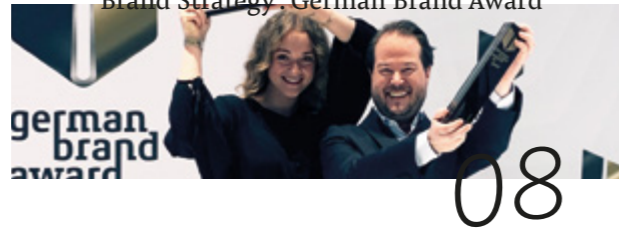
Düsseldorf – Pop-up Store



04

marketing

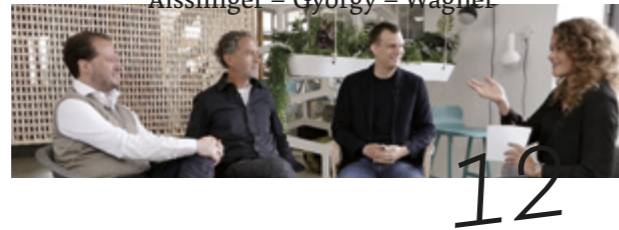
Brand Strategy – German Brand Award



08

cooperation

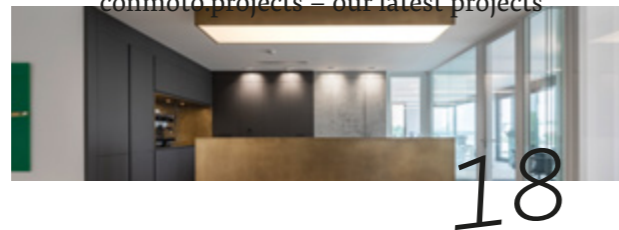
Aisslinger – György – Wagner



12

business units

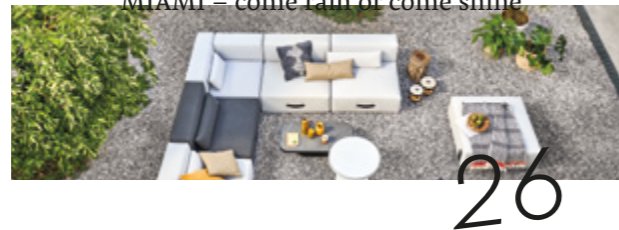
conmoto projects – our latest projects



18

product details

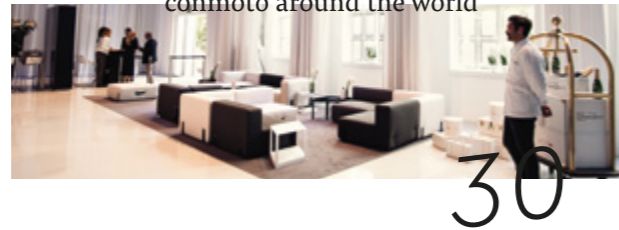
MIAMI – come rain or come shine



26

development . activities

conmoto around the world



30

editorial



Johannes Wagner
CEO . Founder

Liebe conmoto-Freunde,

ich freue mich, dass auch die zweite Ausgabe des conmoto BACKSTAGE-Magazins den Weg zu Ihnen gefunden hat! Das Schöne an Zweitausgaben ist, dass sie die Dinge zum ersten Mal in Relation setzen. Man staunt zum Beispiel, wie viel in einem halben Jahr passiert. Projekte, Produkte, Events, Entwicklungen – wo man vorher nur eine dunkle Vorahnung hatte, kann man jetzt guten Gewissens sagen: Es ist mehr als in ein Magazin passt. Oder anders gesagt: Die Marke conmoto ist auf Erfolgskurs. Darüber freuen wir uns sehr! Auch diesmal möchten wir Ihnen wieder einen exklusiven Einblick hinter unsere Kulissen geben – mit den neuesten Company News, Aktivitäten, Geschichten und Neuheiten, auf die wir besonders stolz sind. Bis wann ist ein Pop-up-Store ein Pop-up-Store? Wie beurteilt eine Jury Open-mindedness als Erfolgsprinzip? Wie empfängt eine Recruiting-Firma Gäste und Mitarbeiter? Dies und vieles mehr erfahren Sie in dieser BACKSTAGE. Viel Spaß beim Lesen!

Dear Friends of conmoto,

I am delighted that the second edition of the conmoto BACKSTAGE magazine has found its way to you. Second editions enable us to continue with the things that worked in the first one and improve on those that did not. For example, people are amazed at how much has happened in six months. Projects, products, events, developments – where previously there was just an inkling of an idea, we can now say in good faith that there is more to say than will fit in one magazine. Or to put it another way: the conmoto brand is a real success. And we are delighted about it! Once again, we would like to give you an exclusive insight behind the scenes – with the latest company news, activities, stories and news that we are particularly proud of. When is a pop-up store a pop-up store? How does a jury assess open-mindedness as a principle for success? How does a recruiting company receive guests and employees? You will find the answers to the above and much more in this BACKSTAGE. Enjoy your read.

Johannes Wagner

the spot of soundful living



Pop-up-Store Düsseldorf

Nach dem großen Erfolg unseres Pop-up-Store in Münster 2017/18 war es für uns keine Frage, ob wir es wieder tun würden. Die einzige Frage war, wo und wann – und was wir noch besser machen können. Größer und schöner sollte es sein, näher an der Zielgruppe und na ja: vielleicht auch länger. Aber bis wann ist ein Pop-up-Store ein Pop-up-Store? Und ab wann wird es ein waschechter, fester conmoto-Store? Diese Frage kann sich seit dem 23. Mai jeder selbst beantworten – im Erdgeschoss des CADMAN Buildings in Düsseldorf.

Ursprünglich sollte die 600 qm große Fläche in dem frisch renovierten Gebäude nur für sechs Wochen angemietet werden. Doch das Konzept kam so gut an, dass wir uns entschieden, das Mietverhältnis zu

verlängern – auf vorerst zwei Jahre. Auf die Besucher wartet das gesamte conmoto-Sortiment. Klassiker und Neuheiten, die in dem puristisch-rohen Ambiente hervorragend zur Geltung kommen. Mit dabei sind verschiedenste Produkte: Von Stühlen, Tischen und minimalistischen Lounge-Kombinationen aus HPL über Sofas mit wasserdichtem Bezugsstoff bis hin zu Kaminbestecken, Accessoires und Leuchten gibt es hier einiges zu entdecken. Und das bis zu 70 Prozent unter Originalpreis. Begleitet wird das Ganze von verschiedenen Events und Aktionen wie Special Sales, Late-Night-Shopping oder After-Work-Barbecues, zu denen jeder herzlich eingeladen ist. >

After the great success of our pop-up store in Münster in 2017/18, we did not have to ask whether we would be doing it again. The only question was when and where – and what we could do better. We wanted to make it bigger and better, closer to our target group and, I suppose, maybe a little bit longer as well. But when is a pop-up store a pop-up store? And when does it become a genuine, permanent conmoto store? Everybody has had the answer to this question since 23 May – on the ground floor of the Cadman Buildings in Düsseldorf.

Originally we only intended to rent the 600 m² area in the newly renovated building for six weeks. However, the concept was so well received that we decided to extend the rental period – for an initial two

years. Visitors can expect to see the entire conmoto collection of classics and new products which look fantastic in this purist, raw ambience. The presentation includes a wide range of products from chairs, tables and minimalist lounge combinations made of HPL, sofas with waterproof covers to fireplace tool sets, accessories and lamps. And all at up to 70 percent below their original prices. The whole thing is accompanied by various events and promotions such as special sales, late-night shopping and after-work barbecues to which everybody is invited. >



the grand opening party



conmoto Pop-up-Store
 Rolandstraße 44
 40476 Düsseldorf

Opening hours
 Thu — Fri . 11.00 — 19.00
 Sat . 10.00 — 18.00
 and by agreement

info@conmoto.com
 +49 251 284 685 0



Ein besonderes Highlight für uns war die Eröffnungsfeier am 23. Mai 2019. In Zusammenarbeit mit der Immobilienmarketing-Agentur CADMAN organisierten wir einen ganz besonderen Abend: Rund 120 Gästen feierten mit uns bei angenehmen Temperaturen, genossen gute Gespräche auf unserem MIAMI In- & Outdoor-Systemsofa und kulinarische Überraschungsmomente von FOOD EXPLORER. Die florale Inszenierung und Location-Dekoration entstammte den Gärten unseres Kooperationspartners Blumen DIETZ. Neben den Möbeln für den In- & Outdoor-Bereich wurden (und werden) zudem ausgewählte Kunstwerke der conmoto.gallery ausgestellt, unter anderem Werke von Theresa Kallrath,



Benjamin Rayher, Dora Celantano und Carsten Sander – auch, wer sich für moderne Kunst interessiert, ist also hier an der richtigen Adresse. Bis 2021 wird die Rolandstraße 44 in Düsseldorf noch ein Begegnungsort für Designmöbel- und Kunstliebhaber bleiben. Ob das noch als Pop-up-Store durchgeht? Vielleicht nicht. Aber es lohnt sich trotzdem, nicht zu lange mit dem Besuch zu warten. ◀

Schon mal vormerken! Mehr Infos zu conmoto.gallery sowie wechselnden Ausstellungen und themenbezogenen Events in unserer Galerie in Münster gibt es in der nächsten Ausgabe des conmoto-Magazins!

activities



The opening celebration on 23 May 2019 was a special highlight for us: working together with the CADMAN real estate marketing agency, we organised a very special evening. Around 120 guests celebrated with us in very pleasant temperatures, enjoyed good conversation on our MIAMI indoor & outdoor system sofa and some fantastic culinary surprises from FOOD EXPLORER. The floral arrangements and location decorations were supplied by the gardens of our joint venture partner Blumen DIETZ. In addition to the furniture for the indoor & outdoor areas, we also displayed (and continue to display) a selection of artworks from conmoto.gallery, including works by Theresa Kallrath, Benjamin Rayher, Dora

Celantano and Carsten Sander – so those interested in modern art know exactly where to come. Rolandstrasse 44 in Düsseldorf will remain the place to go for designer furniture and art lovers until 2021. So does that still count as a pop-up store? Maybe not. But it still makes lots of sense not to wait too long to visit it. ◀

So make a note in your diary! See the next edition of the conmoto magazine for more information about conmoto.gallery and changing exhibitions and theme-based events at our gallery in Münster.



**opening up
 new
 perspectives**

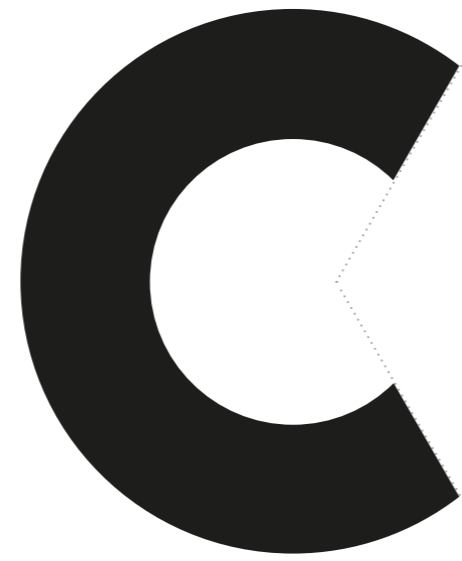
the golden strategy

Am 6. Juni wurde in Berlin zum vierten Mal der German Brand Award verliehen. Der Satz des Abends war für uns dieser: „... und der German Brand Award 2019 in der Kategorie „Excellent Brands – Living“ in Gold geht an ... conmoto!“ Gold! Das ist natürlich Musik in unseren Ohren, auf die wir mächtig stolz sind. Doch warum geht es eigentlich bei diesem Preis? Und wie kam es dazu?

Der German Brand Award wird seit einigen Jahren vom Rat für Formgebung in Kooperation mit dem German Brand Institute vergeben. Ausgezeichnet werden Unternehmen, denen es gelingt, durch den strategischen Einsatz von Design ihren Markenwert nachhaltig zu steigern. Betrachtet werden dazu die Markenhistorie, Herausforderungen im Wettbewerbsumfeld, die Markenstrategie, das Markenerlebnis sowie messbare Erfolge und Pläne zur zukünftigen Entwicklung der Marke. Punkte vergab die 8-köpfige Jury dabei für Kriterien wie Eigenständigkeit, Differenzierung zum Wettbewerb, Relevanz für die Zielgruppe, Gestaltungsqualität des Markenauftritts, Innovationsgrad, Nachhaltigkeit und Zukunftsfähigkeit. Wir freuen uns sehr, es nun schwarz auf weiß zu haben: conmoto hat in all diesen Kategorien überzeugt! >

The German Brand Award was presented for the fourth time on 6 June in Berlin. As far as we were concerned, the best sentence of the evening was this one: "... and the German Brand Award 2019 in the category "Excellent Brands – Living" in gold goes to ... conmoto!" Gold! That is of course music to our ears and we are very proud of it. But what is this award all about? And how did we come to win it?

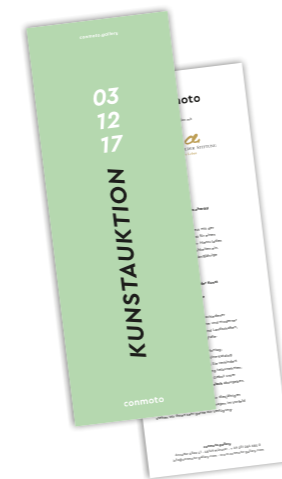
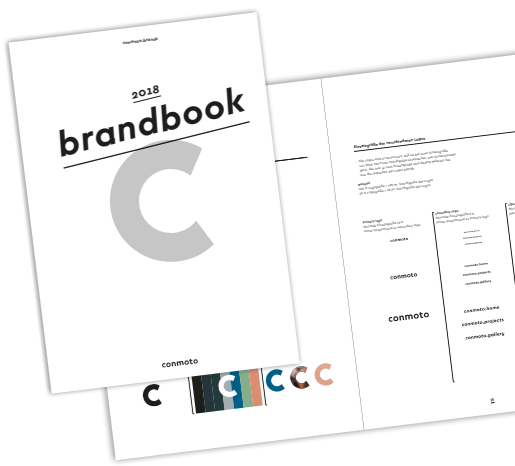
The German Brand Award has been presented since many years by the German Design Council in cooperation with the German Brand Institute. It is awarded to companies who manage to increase their brand value sustainably by the strategic use of design. The factors that go into the award include brand history, challenges from competitors, brand strategy, brand experience, palpable successes and plans for the future development of the brand. The points were awarded by the 8-man jury for criteria such as independence, distinction from competitors, relevance for the target group, design quality of the brand image, level of innovation, sustainability and future viability. We are very pleased that we now have it in black-and-white - conmoto convinced the jury in all these categories. >



communication



you are welcome



„Conmoto hat es geschafft, sich auf einem hart umkämpften Markt mit einem klar erkennbaren Markenkern ... vom Wettbewerb zu differenzieren und markant zu positionieren.“

In a fiercely competitive market, conmoto managed to distinguish itself from its competitors and create a striking position for itself using a clearly identifiable brand core.

molis



Branding and Communication Design by www.ungestrichen.com

facts

figures

Positioning

conmoto products and solutions differ from those of their competitors due to their alternative ideas, inspiring freshness and lightness of design.

Smart concepts paired with high functionality and timeless design without frills ensure that they are fun both to look at and use. Our roots are in craftsmanship – and you can feel our affinity to hand-made excellence in every piece and every project.

Guiding principle

It's not design if it doesn't make you feel good.

Brand values

conmoto questions the status quo.

conmoto actively seeks smart new ideas and concepts.

conmoto products provide their owners with long-term pleasure.

conmoto products show an affinity to craftsmanship.

conmoto thinks and acts responsibly.

Sustainability

We rely on regional production and select our materials with the environment in mind. 95 percent of our products are manufactured in Germany, where possible with recycled materials or renewable natural materials. High quality standards and the long-term availability of spare parts also ensure they have a long service life.

soundful thinking

Die Erfolgsgeschichte der Marke conmoto beginnt 1997 mit einem Accessoire, das den Status Quo in Frage stellt: Kann ein Kaminbesteck funktional und zugleich schön sein? Die Antwort lautet: Es kann – und es ist so beliebt, dass es den Grundstein für eine beeindruckende Entwicklung legt.

Im Laufe der Jahre wächst das conmoto-Team auf über 20 Mitarbeiter – und das Portfolio erweitert sich in Richtung Designmöbel, Interior-Konzepte und künstlerische Sammlungsberatung. In Kooperation mit renommierten Design-Studios sind in den letzten 22 Jahren mehr als 200 Serien-Designmöbel, viele Einzelstücke und Sonderanfertigungen sowie inzwischen zahlreiche Interior-Projekte für namhafte Kunden entstanden. Eines aber ist gleich geblieben: die Idee der Open-mindedness, auf der schon der Erfolg des ersten Kaminbestecks beruhte. Diese Art zu denken nennen wir „soundful thinking“.

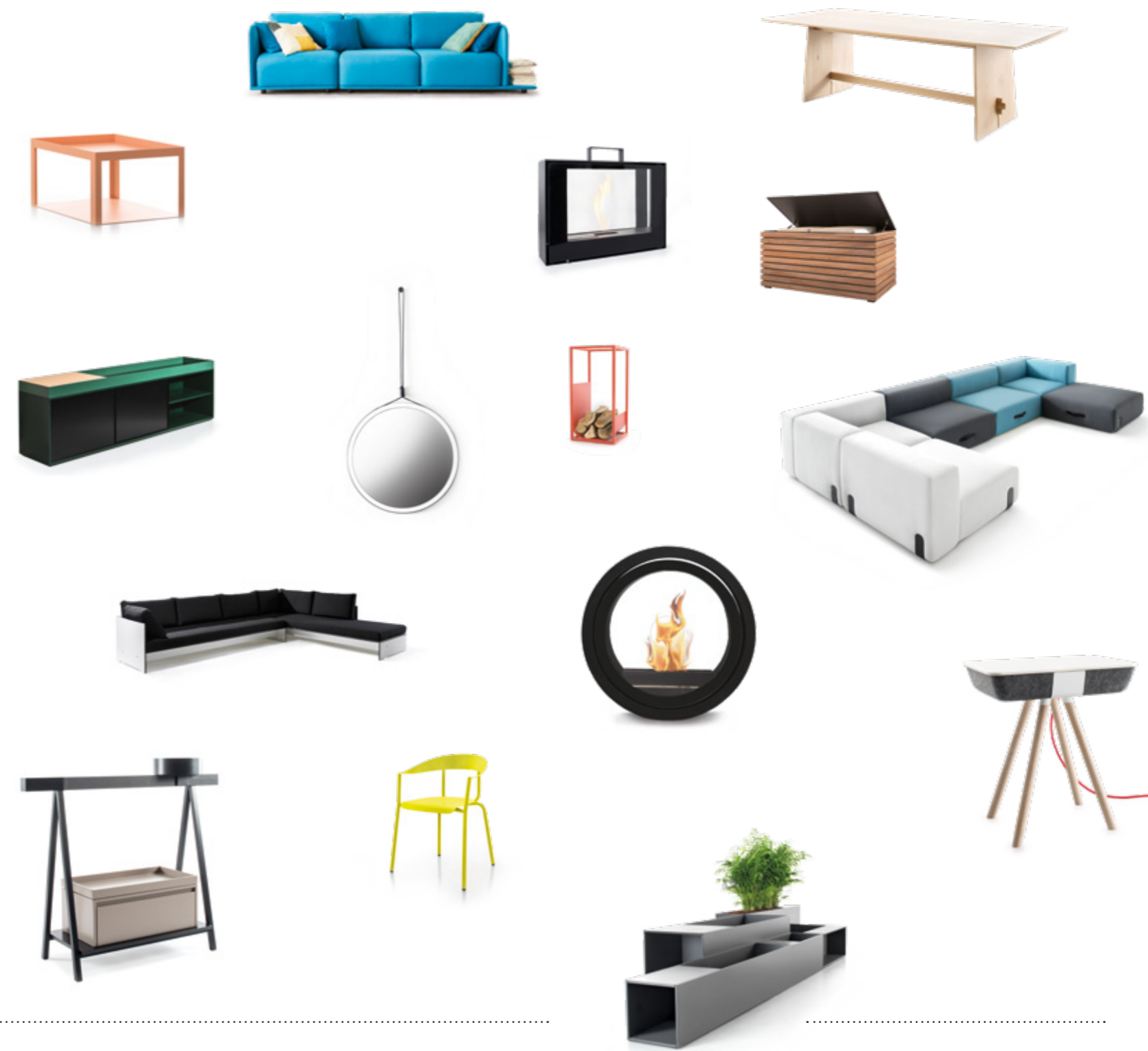
The success story of the conmoto brand started in 1997 with an accessory that questioned the status quo: can a fireplace tool set be both functional and beautiful at the same time? The answer is: it can – and it was so popular that it laid the foundation for our impressive development.

Over the years, the conmoto team has grown to more than 20 people – and the portfolio has extended to designer furniture, interior concepts and advice on art collections. Working with renowned design studios, over the last 22 years we have created over 200 pieces of standard designer furniture, lots of one-offs and bespoke products as well as a whole host of interior projects for well-known customers. But one thing has never changed – the idea of open-mindedness that formed the basis of the success for our very first fireplace tool set. We call this approach 'soundful thinking'. It is driven by curiosity and motivation



Sie ist getrieben von Neugier und der Motivation, die Dinge zu hinterfragen und ihnen einen frischen, intelligenten Dreh zu geben. Die Liebe zum Handwerk und unser hoher Qualitätsanspruch sollen bei jedem unserer Produkte und Projekte spürbar sein. Sie sollen sich als positive Einstellung auf unsere Kunden übertragen. Das geschieht in erster Linie durch unsere Produkte und Dienstleistungen, spiegelt sich aber natürlich auch in unserem Außenauftritt wider: Der strategischen Neuausrichtung 2016 folgte das Redesign 2017/18, das alle Kommunikationsmaßnahmen vereinheitlichte und mit einem neuen Look versah – weg vom Gesamtkatalog, hin zu serienbezogenen Broschüren; mit einer neu strukturierten und nutzerfreundlicheren Website und neuen Maßnahmen wie dem conmoto BACKSTAGE-Magazin. Mit dieser Markenstrategie und den daraus folgenden Maßnahmen und Entwicklungen konnten wir die Jury des German Brand Award für uns gewinnen – und auch, was die Zukunftspläne von conmoto angeht, hatten wir einiges in petto. Mehr dazu in der nächsten Ausgabe der backstage! ◀

to question things and put a fresh, smart spin on them. Our love of craftsmanship and our high quality standards are obvious in every one of our products and projects. They are designed to give our customers a positive attitude. This is primarily done by our products and services, but is also reflected in our image in the outside world. Our new strategic approach defined in 2016 was followed by the 2017/18 redesign which standardised all our communications and gave them a new look – moving away from a full catalogue to series-related brochures; with a newly structured, user-friendly website and new ideas such as the conmoto backstage magazine. This brand strategy and the resulting actions and developments enabled us to convince the jury of the German Brand Award to choose us – and as far as conmoto's plans for the future are concerned, we also have a few things in store. Find out more in the next edition of backstage. ◀



1997

2019

György Aisslinger Wagner

cooperation

**Am 26.04.2019 trafen sich Ádám György,
Werner Aisslinger und Johannes Wagner im Studio
Aisslinger, Berlin – zu einem Gespräch über
Inspiration, Kooperation und Zukunftspläne.
Das Interview führte Anna van Dam.**

**Ádám György, Werner Aisslinger and Johannes Wagner met on 26 April 2019 at
Studio Aisslinger, Berlin, to talk about inspiration, cooperation and their plans for the future.
Anna van Dam led the interview.**

BACKSTAGE Ádám, du bist letzte Nacht den weiten Weg von New York hierhergekommen. Werner, dein Studio befindet sich in Berlin. Welchen Einfluss haben diese Städte auf eure Arbeit als Musiker, Designer und Unternehmer?

GYÖRGY Zunächst einmal ist New York einfach eine unglaubliche Stadt. Sie ist von einer geradezu irr-sinnigen Energie erfüllt. New York wird gerne als Stadt, die niemals schläft, bezeichnet, und das ist unter-trieben. Du triffst auf kleinem Raum die unterschiedlichsten Menschen. Du schließt Freundschaften. Eines Abends sitzt du in einem Restaurant

BACKSTAGE Ádám, you travelled all the way from New York last night. Werner, your studio is in Berlin. What is it that these cities give you for your work as a musician, as a designer, as a business-man?

GYÖRGY New York, first of all, is an incredible city. The energy of the city is just insane. They say New York never sleeps, but that's an understatement. You meet all kinds of people in such a small space. You make friends. One night, you are at a restaurant and engage in a conversation with people sitting next to you, the next day, you're working together. It's so im-

und kommst mit den Leuten am Nebentisch ins Gespräch. Am nächsten Tag arbeitet ihr zusammen. Diese Chancen zur Zusammenarbeit sind enorm wichtig, um dich auf vielfältige Art und Weise künstlerisch auszudrücken. Ich denke, dass New York dafür der perfekte Ort ist.

AISSLINGER In Berlin sieht die Situation etwas anders aus. Aus historischer Sicht war die Stadt vierzig Jahre lang durch die Mauer abgeschottet. Der wirtschaftliche

Druck ist hier geringer. Zwar nehmen auch hier aufgrund des stetigen Wachstums die Geschäftsaktivitäten zu und die Preise steigen, doch im Vergleich zu New York gleicht Berlin einem Biotop. Künstler und Kreativschaffende können ihrer Experimentierfreude hier seit jeher freien Lauf lassen. Berlin ist also gut für die Branche und das kreative Schaffen der Künstler. Ganz gleich, ob es um Musik, Mode oder Design geht – aufgrund ihrer geschichtlichen Vergangenheit und der hier herrschenden ▶

important to find these collaborations, to find different expressions of your art. I think New York is the perfect place for that.

AISSLINGER Berlin as a city is a bit different. From the history point of view, it used to be an isolated city for forty years behind the wall. The economic pressure is not as high. It's growing, so there has been more business activity over the last years and the prices are rising, but compared to New York, Berlin is kind of

a biotope. There have always been options for artists and for great people to be very experimental. So, Berlin is great for industries and the artists' flow. If it's music, or fashion, or design – there's a lot of creativity going on because of the history of the city and the easiness of the city. Berlin reinvented itself after the wall was opened, so it's a special situation here compared to other big cities. ▶

Ádám György begann schon früh, Klavier zu spielen. Mit 12 wurde er am Béla Bartók Konservatorium in Budapest angenommen, mit 16 gewann er die National Youth Piano Competition, mit 18 wurde er Ungarns Pianist des Jahres. Seine steile Karriere führte ihn an die Franz Liszt Akademie, auf die Bühne der EM-Eröffnungsfeier 2012 – und brachte ihm seine eigene Stiftung und Sommerakademie ein. Seit vielen Jahren ist er conmoto Markenbotschafter.

**Ádám György, 37, ungarischer Starpianist, Stiftungsgründer und Wahl-New Yorker
Ádám György, 37, Hungarian star pianist, foundation founder and New Yorker by choice**

Ádám György started playing the piano at a very early age. He was accepted into the Béla Bartók Conservatory in Budapest at the age of 12. At 16, he won the National Youth Piano Competition and at 18, he was named Hungary's Pianist of the Year. His stellar career has taken him to the Franz Liszt Academy of Music, the stage of the European Championships opening ceremony in 2012 – and led to him opening his own foundation and summer academy. He has been a conmoto brand ambassador for many years.



Ádám György



Werner Aisslinger

Werner Aisslinger studierte an der HDK in Berlin und arbeitete von 1989 bis 1992 in Mailand. 1993 gründete er das Studio Aisslinger in Berlin, mit dem er für namhafte Hersteller und Kunden zahlreiche innovative und preisgekrönte Produkte entwarf. Bis 2005 war er Professor für Design an der Staatlichen Hochschule für Gestaltung in Karlsruhe. Für conmoto gestaltete er die CHAIRMAN Serie, die PAD Collection sowie die DOT Serie.

**Werner Aisslinger, 54, deutscher Designer und Gründer des Studio Aisslinger in Berlin
Werner Aisslinger, 54, German designer and founder of Studio Aisslinger in Berlin**

Werner Aisslinger studied at the HDK in Berlin and worked in Milan from 1989 to 1992. In 1993, he opened Studio Aisslinger in Berlin, where he has designed a wide range of innovative, award-winning products for renowned manufacturers and customers. Until 2005, he was Professor of Design at the College of Arts and Design in Karlsruhe. He designed the CHAIRMAN Series, the PAD Collection and the DOT Series for conmoto.

Johannes Wagner, Gründer und Geschäftsführer von conmoto, startete seinen Werdegang noch vor dem Abitur. Mit der Idee des ersten Kaminbestecks aus Edelstahl klopfte er bei renommierten Designbüros an, ließ eine Kollektion produzieren und verkaufte gleich im ersten Jahr 2.500 Stück. So schuf er den Grundstein für conmoto – heute eine etablierte Marke mit über 20 Mitarbeitern und einem Portfolio von mehr als 200 Serien-Designmöbeln.

**Johannes Wagner, 43, conmoto Gründer und Geschäftsführer in Münster und Berlin
Johannes Wagner, 43, founder and Managing Director of conmoto in Münster and Berlin**

Johannes Wagner, founder and Managing Director of conmoto, started his career before leaving school. He knocked on the door of renowned design agencies to present his idea of making the very first stainless steel fireplace tool set, had a collection manufactured and sold 2500 sets in the first year. This laid the foundation for conmoto, which is now an established brand with a staff numbering more than 20 and a portfolio of more than 200 pieces of standard design furniture.



Johannes Wagner



Leichtigkeit bietet die Stadt viel Raum für Kreativität. Nach dem Fall der Mauer hat sich Berlin neu erfunden. Dadurch ist ein im Vergleich zu anderen Großstädten einzigartiges Umfeld entstanden.

WAGNER Für conmoto ist Berlin der ideale Ort, um kreative Menschen zu finden, seien es Schauspieler, Musiker oder Designer. Das war einer der Gründe hierherzukommen. In den letzten zwei oder drei Jahren haben wir hier zudem viele Projekte realisiert und zusammen mit Studio Aisslinger für Hotels und Restaurants gearbeitet. Das war ein weiterer Grund für Berlin als weiterer Standort, neben Münster. Er ist einfach perfekt.

BACKSTAGE Welche Inspiration bieten euch diese Städte?

WAGNER For conmoto, Berlin is great to find creative people – actors, musicians, designers. That was one of the reasons to come here. Over the last two or three years, there were also many projects here, many hotels and restaurants we cooperated on with Studio Aisslinger. That's another reason we came to Berlin, next to our office in Münster. It's perfect.

BACKSTAGE What about these cities inspires you?

GYÖRGY Being a European in New York is a special combination. Werner spoke about the history of Berlin and how much it creates its identity, how special of a place Berlin is as to history and creativity and the combination of the two. Being a New Yorker but coming from

Zugang zu fantastischer Kunst zu haben, ist allein für sich schon eine Inspiration. Wie ich schon sagte, die Stadt schläft nie. Du triffst Menschen, die hergekommen sind, um sich künstlerisch zu entfalten und Freundschaften an einem ganz besonderen Ort zu schließen. Du wirst also von so ziemlich allem und jedem inspiriert.

AISSLINGER Berlin ist, wie die meisten Großstädte, eine Quelle der Inspiration. Ich denke, dass du als kreativer Mensch um dich herum eine Stadt brauchst, die vor Leben strotzt und sich ständig weiterentwickelt. Natürlich gibt es auch großartige Künstler und Kreativschaffende, die irgendwo abgeschieden in den Bergen oder auf dem Land arbeiten, und eine Zeit lang mag das auch funktionieren. Ich glaube aber, dass du als kreativer Mensch nach dem Input-Output-Prinzip lebst. Du nimmst Input aus deiner Umwelt auf und schaffst aus dem, was du täglich erlebst, einen Output. Als Designer, der Alltagsgegenstände entwirft, musst du das tägliche Leben um dich herum beobachten. Und dafür benötigst du eine interessante Umgebung. Berlin bietet eine solche Umgebung. Berlin ist niemals fertig, sondern eine Stadt, die sich ständig weiterentwickelt. Du kannst jeden Tag von ihr lernen und deine Erfahrungen in das einfließen lassen, was du erschaffst.

WAGNER Ich ziehe meine Inspiration aus zwei Dingen. Zum einen bilden Beobachtungen häufig die Grundlage meiner Arbeit. Ich schaue mir zum Beispiel die Modelabels aus New York, Berlin, Paris und London an. Ich finde es toll, wie sie arbeiten. Sie sind der Einrichtungsbranche immer einige Jahre voraus. Zum anderen spielt Kommunikation, also der Austausch mit kreativen Menschen, eine wichtige Rolle. Wenn Werner und ich gemeinsam an Projekten arbeiten und darüber sprechen, entsteht daraus immer etwas vollkommen Neues. So ist es auch, wenn ich mich mit Ádám unterhalte. Musik ist zwar ein anderes Genre, weist aber eine ähnliche Dynamik auf. Wir sprechen über unsere Ideen, lernen eine Menge neuer Leute kennen und veranstalten Konzerte. Das liefert ebenfalls neue Impulse.

BACKSTAGE Wie würdet ihr die Herausforderungen beschreiben, die sich durch die zunehmende Digitalisierung und die sozialen Medien in den letzten Jahren ergeben haben? Welchen Einfluss haben sie auf eure Arbeit?

GYÖRGY Ich würde sagen, für uns als ausübende Künstler ist diese Entwicklung ein Segen. Allerdings ist sie auch ein zweischneidiges Schwert, mit dem du lernen musst umzugehen. Werner hat etwas sehr Wichtiges >

you. Sure, there are great artists and other people working isolated somewhere in the mountains or on the countryside, and that might work for a certain phase of your life. But, I think as a creative person, you are an input-output-organism. You absorb your environment and you generate an output from the things you experience every day. As a designer – someone who creates everyday objects – you have to scan daily life. And to scan daily life, you need an interesting environment. Berlin is such an environment. Berlin is never finished, it's a city that is always in evolution. You can learn from it every day, and transform your experience into something that you create.

WAGNER My inspirations are two things. On the one hand, I work very visually. So, I look at fashion brands that are located in New York, Berlin, Paris, London. I like how they work. They're always a few years ahead of the interior industry. The other one is communication – speaking to creative people. When Werner and I cooperate on projects, and we talk about it, then something new grows. It's the same when I talk to Ádám. Music is another genre, but it works the same way. We talk about ideas, we know a lot of people, we organize concerts. That's also very inspiring.

BACKSTAGE How would you describe the challenges regarding digitalization or social media over the past ten years? What impact does it have on your work?

GYÖRGY For us performing artists, I would say it is a blessing. But it's a double-edged sword. You need to learn how to use it. Werner said something very important about the commercialization of arts and how Berlin is different from New York. Here, it is so important to take distance from that commercial pressure. The creative stuff comes when you can disconnect from that – same goes for pressure from your families, your mentors, your environment. Making that distance is very important. Social media comes as a great support for independent artists. It gives you a chance to build your identity and express your ideas in so many different ways. It gives you channels to promote your art, and even more importantly, it makes you part of the social conversation. Do people understand what you are doing? Johannes' and my connection started when he understood my composition "A Day in New York". He came and said, "This means so much to me. Let's talk about it." So, for me, social media is a tool to be heard by an audience in New York and all over the world. >

... Being a New Yorker but coming from Europe is such an important part, because you come from different traditions and put all this into a completely inspirational environment. ...

... Das Leben als Europäer in New York ist ebenfalls eine außergewöhnliche Erfahrung, weil unterschiedliche kulturelle und historische Hintergründe zu einem unglaublich inspirierenden Umfeld verschmelzen. ...

GYÖRGY Für mich als Europäer ist New York eine ganz besondere Erfahrung. Werner hat die Geschichte von Berlin und ihren Einfluss auf die Identität der Stadt erwähnt und erklärt, dass Berlin gerade durch die Kombination dieser historischen Entwicklung mit der damit einhergehenden Kreativität eine Sonderstellung einnimmt. Das Leben als Europäer in New York ist ebenfalls eine außergewöhnliche Erfahrung, weil unterschiedliche kulturelle und historische Hintergründe zu einem unglaublich inspirierenden Umfeld verschmelzen. Ich wohne in der Nähe des Metropolitan Museum of Art. Zwei bis drei Mal die Woche gehe ich dorthin, um Kunst in unterschiedlichen Ausdrucksformen zu erleben: Der Broadway mit seinen Shows, das Lincoln Center, die Metropolitan Opera, Carnegie Hall ... sie alle liegen direkt um die Ecke. Ständig, im Grunde rund um die Uhr,

Europe is such an important part, because you come from different traditions and a different historical point of view and put all this into a completely inspirational environment. I live near the Metropolitan Museum of Art, and I go there two or three times a week to see different expressions of the arts: Broadway shows, Lincoln Center, the Metropolitan Opera, Carnegie Hall ... they're around the corner. Having access to incredible art, basically 24/7, is already inspiring. As I mentioned, the city never sleeps. You meet people who also came there to express themselves, to build friendships in a very special place. So, you get inspired by pretty much everything and anything.

AISSLINGER Berlin, as most big cities, is an inspiring place. I think when you are a creative person, you need a moving, vibrant city around



... There have always been options for artists and for great people to be very experimental. So, Berlin is great for industries and the artists' flow. If it's music, or fashion, or design – there's a lot of creativity going on because of the history of the city and, the easiness of the city. ...

Künstler und Kreativschaffende können ihrer Experimentierfreude hier seit jeher freien Lauf lassen. Berlin ist also gut für die Branche und das kreative Schaffen der Künstler. Ganz gleich, ob es um Musik, Mode oder Design geht – aufgrund ihrer geschichtlichen Vergangenheit und der hier herrschenden Leichtigkeit bietet die Stadt viel Raum für Kreativität.

über die Kommerzialisierung von Kunst und darüber gesagt, wie sehr sich Berlin in dieser Hinsicht von New York unterscheidet. Es ist un-
gemein wichtig, den kommerziellen Druck nicht zu sehr an sich heran-
zulassen. Erst wenn dir das gelingt,
kannst du wirklich kreativ sein. Das
Gleiche gilt für den Druck, der durch
deine Familie, deine Mentoren oder
deine Umwelt entsteht. Du musst dich
unbedingt davon lösen. Die sozialen
Medien erweisen sich in dieser Hinsicht
als große Hilfe für unabhängige
Künstler. Sie geben dir die Chance,
eine Identität aufzubauen und deine
Ideen auf ganz unterschiedliche Art
und Weise Ausdruck zu verleihen. Sie
bieten dir eine Plattform, um deine
Kunst bekannt zu machen und vor
allem um

dich ins Gespräch zu bringen. Wird
deine Intention verstanden? Johannes
und ich lernten uns kennen, als er
auf meine Komposition „A Day in
New York“ aufmerksam wurde. Er
sprach mich an und sagte: „Das hat
mich sehr berührt. Lass uns darüber
reden.“ Für mich sind die sozialen
Medien also ein Mittel, um nicht nur
von einem Publikum in New York,
sondern auf der ganzen Welt gehört
zu werden.

AISSLINGER Für mich ist Produktivität
das Entscheidende. Du kannst auf
noch so vielen Kanälen und Plattformen
in den sozialen Medien vertreten sein –
wenn du nichts zu berichten hast,
ist es kaum möglich, jeden Tag
Beiträge zu veröffentlichen. Wenn
du aber jeden Monat,

AISSLINGER Productivity is the ultimate
thing for me. If you use a thousand
social media channels and platforms
and have nothing to say, it's difficult
to keep posting every day. As long as
you create results every week, every
day, every month, quality is communicat-
ing itself. So my challenge is to keep
the quality high – of projects, objects,
spaces or whatever we do. Social Media
also is an important way to approach
new generations and connect with
customers. If you want to be known
as a designer or as a musician, an
artist or as a brand, you need to be
good at what you do and you need to
be on a certain quality level on social
media.

WAGNER I agree a hundred percent.

BACKSTAGE Mentioning new genera-
tions, what are you doing for young
people to help them evolve and get
better?

GYÖRGY We work very closely with
conmoto on a wonderful summer
camp, the Ádám György Castle
Academy. We have students from
the Juilliard School, from the Royal
Academy in London, the National
University of Singapore, the Beijing
Central Conservatory ... all super
talented kids from all over the world
coming to Hungary to improve their
skills. We have been doing this for
ten years now, with young top
musicians from all over the world.
Education like this is a great way to
make a better future.

men, um sich weiter zu entwickeln.
Wir veranstalten dieses Summer
Camp nun seit zehn Jahren mit
jungen Spitzenmusikern aus der
ganzen Welt. In der Bildung liegt
einer der Schlüssel zu einer
besseren Zukunft.

AISSLINGER Wir beschäftigen von
Zeit zu Zeit Praktikanten. Zudem
habe ich in meinem Leben schon
viel unterrichtet und Vorlesungen
an Universitäten gehalten. Ich
ermutige junge kreative Köpfe
auch stets dazu, an ihre eigenen
Fähigkeiten zu glauben und nicht
zu früh zu kommerziell zu denken,
ihre Träume zu leben und zu
verwirklichen und ihren Ideen und
Konzepten treu zu bleiben. Ich
denke, erfolgreiche Leute wie wir
können jüngeren Generationen
als Beispiel und als Ansporn dienen,
die eigenen Träume zu verwirklichen
und einen eigenen Weg zu gehen.

WAGNER Für uns ist die Unterstützung
von Stiftungen wie der von Ádám
oder auch der Christoph Metzelder
Stiftung eine großartige Möglichkeit,
diese Generation zu fördern.
Darüber hinaus fördern und
unterstützen wir junge Menschen
in unserem Unternehmen – und das
sehr erfolgreich! Das ist die
Unterstützung, die wir als
Unternehmen leisten können.

BACKSTAGE Was bedeutet die Arbeit
mit conmoto und insbesondere
mit Johannes Wagner als Partner
für euch?

GYÖRGY Johannes ist vor allem ein
enger Freund. Als wir uns in New
York trafen, verstanden wir uns
auf Anhieb, weil wir beide
Perfektionisten sind. Dieser Hang
zum Perfektionismus ist enorm
wichtig. Er erstreckt sich auf
jeden Bereich unseres Lebens.
Du versuchst, jeden Tag in allem,
was du tust, besser zu werden.
Das beeinflusst alle Aspekte
deines Lebens. Angesichts seiner
fantasti-

Foundation. Another is to support
and teach the young people at our
company, which we do quite
successfully! These are things we
can do as a company.

BACKSTAGE What does it mean
for you to be behind the brand
conmoto and Johannes Wagner as
a connecting partner?

GYÖRGY Johannes, first of all, is a
close friend. When we met in New
York, we had a passion for each
other because we both had
passion for perfection. Passion for
perfection is such an important
thing. It applies to every part of
your life. You try to be better at
what you're doing every

For conmoto, Berlin is great to find creative people – actors, musicians, designers. That was one of the reasons to come here.

Für conmoto ist Berlin der ideale Ort, um kreative Menschen zu finden, seien es Schauspieler, Musiker oder Designer. Das war einer der Gründe hierherzukommen.

jede Woche, jeden Tag etwas vorzu-
weisen hast, vermittelst du deine
Qualität ganz automatisch. Deshalb
liegt die Herausforderung für mich
darin, kontinuierlich hohe Qualität
abzuliefern – bei Projekten, Gegen-
ständen, Räumen, einfach allem, was
du tust. Die sozialen Medien sind
außerdem unerlässlich, um neue
Generationen zu erreichen und mit
Kunden in Kontakt zu treten. Wenn
du als Designer oder Musiker,
Künstler oder Marke bekannt werden
willst, musst du gut sein in dem was
du tust, und du musst in den sozialen
Medien mit qualitativ hochwertigen
Beiträgen vertreten sein.

WAGNER Dem stimme ich vollkom-
men zu.

BACKSTAGE Apropos neue Genera-
tionen: Wie helfst ihr jungen
Leuten, sich weiterzuentwickeln
und besser zu werden?

GYÖRGY Im Sommer planen wir
gemeinsam mit conmoto ein
großartiges Summer Camp: die
Ádám György Castle Academy. Wir
begrüßen dort Schüler und
Studenten, unter anderem von
der Juilliard School, der Royal
Academy in London, der National
University of Singapore und des
zentralen Musikonservatoriums
in Peking – alles unglaubliche
Talente, die aus aller Welt nach
Ungarn kom-

AISSLINGER We have interns here
from time to time. I have also
taught quite a lot in my life,
giving lectures at universities. I
have always tried to motivate
younger creative people to believe
in their abilities and to not be too
commercial too early, to try and
fulfill their dreams and to stay
true to their ideas and concepts. I
think people who made their own
career, people like us, we are a
good example for younger
generations – to show you can
fulfill your dreams and make
your way.

WAGNER For us, one way to
support this generation is to
support foundations like Ádám's
foundation and also the Christoph
Metzelder

schen Arbeit bin ich mir sicher,
dass Werner dem zustimmen wird.

AISSLINGER Unsere Beziehung war
zunächst rein geschäftlich – ein
Designer, der für eine Marke
arbeitet. Das klassische Szenario.
Es begann also alles vor langer
Zeit mit der gemeinsamen Arbeit
an unseren ersten Projekten.
Erst danach sind wir Freunde
geworden. Heute arbeiten wir
deutlich enger und intensiver
zusammen. Wir befinden uns in
einer außergewöhnlichen
Situation. Normalerweise herrscht
zwischen Designer und Marke
eine funktionale Beziehung.
Freundschaften werden dabei
äußerst selten geschlossen.
Diese Erfahrung ist sehr schön
und in meinem privaten und
beruflichen Leben einzigartig.
Wir sind zwar Freunde geworden,
können aber weiterhin zusammen-
arbeiten. Wir haben viele Pläne
für die Zukunft.

BACKSTAGE Wie sehen eure Pläne
für die Zukunft denn genau aus?
Wie wäre es mit einem kleinen
Ausblick auf das restliche Jahr?

WAGNER Wir planen gemeinsam
mit Ádám ein Festival in der
Carnegie Hall Mitte September.
Anfang Juli findet ein kleines
Event mit seiner Stiftung in
Ungarn statt. Und ich würde
gerne einige größere Konzerte
in Deutschland veranstalten,
doch das ist tatsächlich
Zukunftsmusik. Mit Werner
arbeiten wir zurzeit an vielen
Projekten in San Francisco,
Houston und Berlin. Wir
entwerfen auch neue Möbel.
Die Freundschaft mit den
beiden ist für mich äußerst
spannend und inspirierend.
Das ist für mich etwas ganz
Besonderes. In den 23 Jahren,
in denen ich mein Unternehmen
nun habe, habe ich nicht viele
derartig starke Beziehungen
wie diese kennengelernt.
Darauf bin ich ein bisschen
stolz! ◀



day, with results in all aspects of
life. I'm sure Werner agrees with
that – judging from the amazing
work you do.

BACKSTAGE So, what are your
plans for the future? A little
snippet for this year?

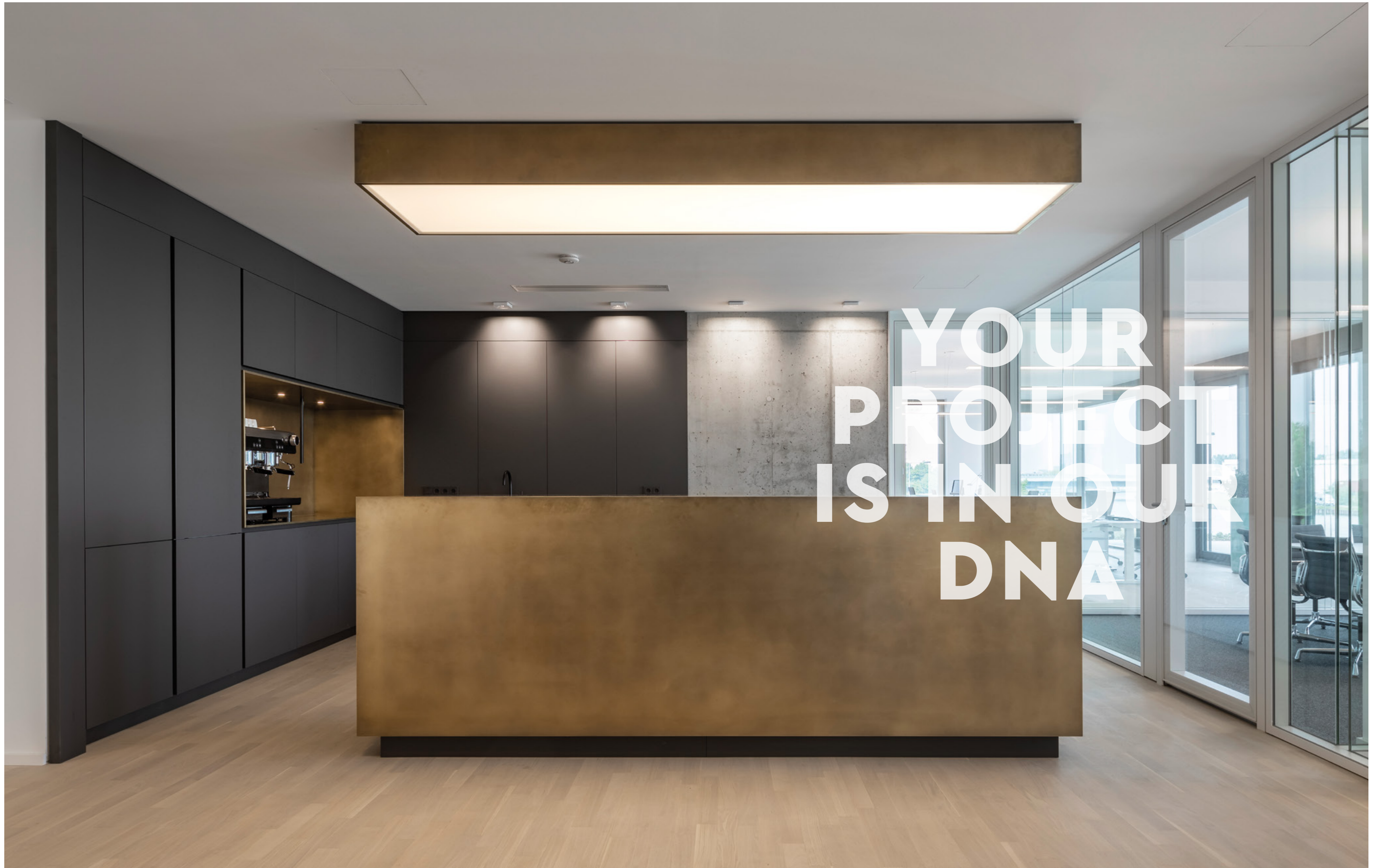
WAGNER With Ádám, we are
planning this festival at Carnegie
Hall in the middle of September.
There will be a little event with
his foundation in Hungary at the
beginning of July. And my dream
is to host a few bigger concerts
in Germany, so that's maybe the
future. With Werner, we have
many projects at the moment – in
San Francisco, Houston and Berlin.
We're also developing new
furniture at the moment. For me
it's very exciting and inspirational
to work with both of these guys
and to share their friendship.
That's something very, very
special to me. In the twenty-
three years that I have had my
company, there have not been
many strong connections like
this. I'm a little proud of it! ◀

watch the whole interview

Das gesamte Interview mit Ádám György, Johannes Wagner und Werner Aisslinger gibt's auf unserem Youtube-Kanal.

Watch the entire interview with Ádám György, Johannes Wagner and Werner Aisslinger on our youtube channel.





YOUR
PROJECT
IS IN OUR
DNA



DREIECKS- HAFEN

MÜNSTER

Der Dreieckshafen am Dortmund-Ems-Kanal in Münster ist ein einzigartiges Architekturprojekt – und genauso einzigartig sollte auch sein Innenraum gestaltet sein. Der Bauherr AMG RECRUITING legte für seine eigenen Räume Wert auf eine offene, repräsentative Atmosphäre am Empfang sowie eine ruhige, flexibel nutzbare Besprechungszone. In enger Kooperation mit dem planenden Architekturbüro e.a+d übernahmen wir die Konzeption, die Sonderanfertigung und die Montage der beiden Bereiche.

Für den Empfangsbereich wählten wir eine Kombination aus drei hochwertigen Materialien: brüniertem Messing, einer mattschwarzen Anti-Fingerprint-Oberfläche sowie einem gewebten Stoff mit einer groben, dreidimensionalen Textur. Die kubistisch-minimalistische Messing-Counter-Sonderanfertigung steht parallel zur Raumachse und gibt so den Blick auf den Hafen frei. In die schwarze Schrankwand dahinter ist eine Nische – ebenfalls aus Messing – eingelassen. Sie beherbergt eine Siebträgermaschine und eine integrierte Wasserspender-Sonderanfertigung. Den Abschluss des »

The Dreieckshafen on the Dortmund-Ems Canal in Münster is a unique architectural project – and its interior had to be just as unique. The developer AMG RECRUITING attached a deal of value to creating an open, representative atmosphere at the reception and a calm, flexible meeting zone for its own areas. In close cooperation with the planning architecture agents, e.a+d, we carried out the design, bespoke production and installation work for both areas.

We selected a combination of three premium materials for the reception area – browned brass, a matt black anti-fingerprint finish and a woven fabric with a coarse, three-dimensional texture. The minimalist cubic bespoke brass counter is positioned parallel to the room's access, providing a great view of the port. The black wall unit behind contains a niche, also in brass. It accommodates a portafilter machine and an integral bespoke water dispenser. The end of the counter area is a tailor-made seating corner, which is complemented by an optically related lounge on the opposite side of the room. The aim was to create an independent, inviting atmosphere »

business units

Thekenbereichs bildet eine maßgefertigte Sitzzecke, die von einer optisch verwandten Lounge auf der gegenüberliegenden Raumseite komplementiert wird. Ziel war es, eine eigenständige, einladende Atmosphäre zu schaffen, die die klassische Empfangssituation aufbricht. Mit dabei sind aber nicht nur Sonderanfertigungen: Auch conmoto-Serienprodukte wie der CHAIRMAN Barhocker tragen ihren Teil zum Gesamtbild bei.

Für die Besprechungszone mit Hafensicht entwickelten wir einen ebenfalls maßgefertigten Hybrid aus einer Sitzlandschaft für Meetings und einem Rückzugsort mit Leseecke und Wireless-Ladestation. Mittels flexibler Falttüren lässt sich bei Bedarf ein kleiner oder großer Bereich abtrennen – die Wände dienen hierbei zugleich als Projektions- und Arbeitsfläche. Mehr Informationen über das Projekt Dreieckshafen gibt es unter www.elevation-architecture.de ◀

to break up the classic reception situation. However, it does not just contain bespoke products – conmoto standard products such as the CHAIRMAN bar stool also play a role in creating the overall effect.

For the meeting zone with views of the port, we developed a bespoke hybrid of a seating area for meetings and a place to relax with a reading corner and wireless charging station. Using flexible folding doors, a small or large area can be separated off – with the walls also acting as projection and work surfaces. For more information about the Dreieckshafen project, go to www.elevation-architecture.de ◀

YOUR PROJECT IS IN OUR DNA



BY THE WAY

UNGESTRICHEN mit seinem Konzept „The Project DNA“ für conmoto.projects wurde mit dem Red Dot Award: Brands & Communication Design 2019 ausgezeichnet und ist für den German Design Award 2020 in der Kategorie Editorial Design nominiert! Die Broschüre erklärt unsere Herangehensweise bei Projektarbeiten auf anschauliche Weise und gibt mit ausgewählten abgeschlossenen Projekten Einblick in die Welt von conmoto.projects.

BY THE WAY

UNGESTRICHEN and "The Project DNA" concept for conmoto.projects received the Red Dot Award: Brands & Communication Design 2019 and have been nominated for the German Design Award 2020 in the category Editorial Design! The brochure explains our approach to project work clearly and also provides insight into the world of conmoto.projects with a selection of completed projects.



reddot design award

Fordern Sie jetzt Ihr persönliches Exemplar der conmoto.projects-Broschüre an.

Request your personal copy of the conmoto.projects brochure.

+49 251 28 46 85 0

info@conmoto.com



Ort Münster

Kooperation e.a+d | Lehmann+Müller Architekten Part GmbH

Fotografie Roland Borgmann

Projekt-Website www.dreieckshafen.de

Location Münster

Cooperation e.a+d | Lehmann+Müller Architekten Part GmbH

Photographs Roland Borgmann

Project website www.dreieckshafen.de



business units

Ort Osnabrück – Holiday Inn
 Kooperation Studio Aisslinger
 Fotografie Joachim Grothus
 Projekt-Website www.holidayinn.de

Location Osnabrück – Holiday Inn
 Cooperation Studio Aisslinger
 Photographs Joachim Grothus
 Project website hwww.holidayinn.de



HOLIDAY INN



BORUSSIA MÖNCHENGLADBACH

Ort Mönchengladbach
 Kooperation SODA GmbH
 Fotografie Annika Feuss
 Projekt-Website www.borussia.de

Location Mönchengladbach
 Cooperation SODA GmbH
 Photographs Annika Feuss
 Project website www.borussia.de

OUR LATEST PROJECTS



PROJECT

Ort Potsdam
 Kooperation Studio Aisslinger
 Fotografie Jens Bösenberg
 Projekt-Website basecampstudent.com

Location Potsdam
 Cooperation Studio Aisslinger
 Photographs Jens Bösenberg
 Project website basecampstudent.com

PROJEKTRREFERENZEN . PROJECT REFERENCES

OBJEKTE . OBJECTS

- Red Bull
- BMW-Messestand IAA 2011
- Mercedes-Benz Rennsport
- Deutsche Botschaften
- Schloss Bellevue
- Bundespräsidialamt
- Jil Sander
- Mensa Schwetzingen
- BonBon Bar
- Shan's True Beauty
- Mercedes-Benz Arena
- BERICO Klinik
- FIEGE Logistik
- LAVAZZA
- Borussia Mönchengladbach
- Expotechnik
- GAGA Hamburg
- Metropolis-Hochhaus
- NESPRESSO
- Warsteiner Brauerei
- Brooklyn
- heroal

GASTRONOMIE . GASTRONOMY

- Tantris München
- Deutsches Museum München
- Caputos Münster
- Muto Dortmund
- DUDU Restaurant Berlin
- Apeiron Group
- L'Osteria
- The ASH
- Vinothek PAR TERRE Landau
- Tuscolo
- Ginyuu
- DSTRIKT

EVENTS . EVENTS

- Michalsky StyleNite Berlin
- BMW World München
- True Berlin
- Passagen Köln
- Kaviar Gauche Fashion Week Berlin
- Presse-Event München
- Tresor Berlin
- lala Berlin
- Zalando Fashion House Berlin
- Rolls-Royce

HOTELS . HOTELS

- Steigenberger-Gruppe
- Hyatt-Gruppe
- Motel One-Gruppe
- Althoff-Gruppe
- Baur au Lac Zürich
- Four Seasons London
- Kempinski Hotels
- Vierjahreszeiten Hotel München
- Seehotel Baumeister
- ROOMERS Hotel
- Holiday Inn
- The Ritz-Carlton
- Hotel & Restaurant Seegarten
- 25hours Hotel
- BaseCamp
- NHOW Hotel



ALLANDO BALLHAUS

Ort Osnabrück – Allando Ballhaus
 Kooperation Studio Aisslinger
 Fotografie Joachim Grothus
 Projekt-Website https://alando-palais.de

Location Osnabrück – Allando Ballhaus
 Cooperation Studio Aisslinger
 Photographs Joachim Grothus
 Project website www.alando-palais.de

come rain or come shine



Durchdachtes Design und innovative Technologie, von der man nicht mehr aufstehen möchte. Auch nicht im Regen!

Wenn man unser MIAMI Systemsofa in einem Wohnzimmer entdeckt, rechnet man nicht unbedingt damit, dass es auch ein Outdoor-Sofa sein könnte. Erst, wenn man es auf einer Terrasse unter freiem Himmel stehen sieht, kommt man vielleicht ins Grübeln.

Tatsächlich sieht der MIAMI-Bezugsstoff nicht wie ein typischer Outdoor-Stoff aus. Doch er ist absolut wasserdicht und UV-beständig. Die Oberfläche besteht aus Oeko-Tex®-zertifiziertem Sunbrella Acrylic – einem lichtechten, schimmelresistenten Material, das fest mit einer wasserdichten Kaschierung verschweißt ist. Dank aufrechter Nähte und Quellgarn kann hier keine Feuchtigkeit eindringen. Die Bezüge sind in drei Farben erhältlich. So kann sich jeder nicht nur modular, sondern auch farblich sein Traumsofa zusammenstellen – und einfach später entscheiden, ob es drinnen oder draußen stehen soll. So macht es übrigens schon die italienische Botschaft in Berlin, das Metronome Festival in Prag und die Rolls-Royce Cullinan Tour – mehr dazu auf Seite 30 – 31. ◀

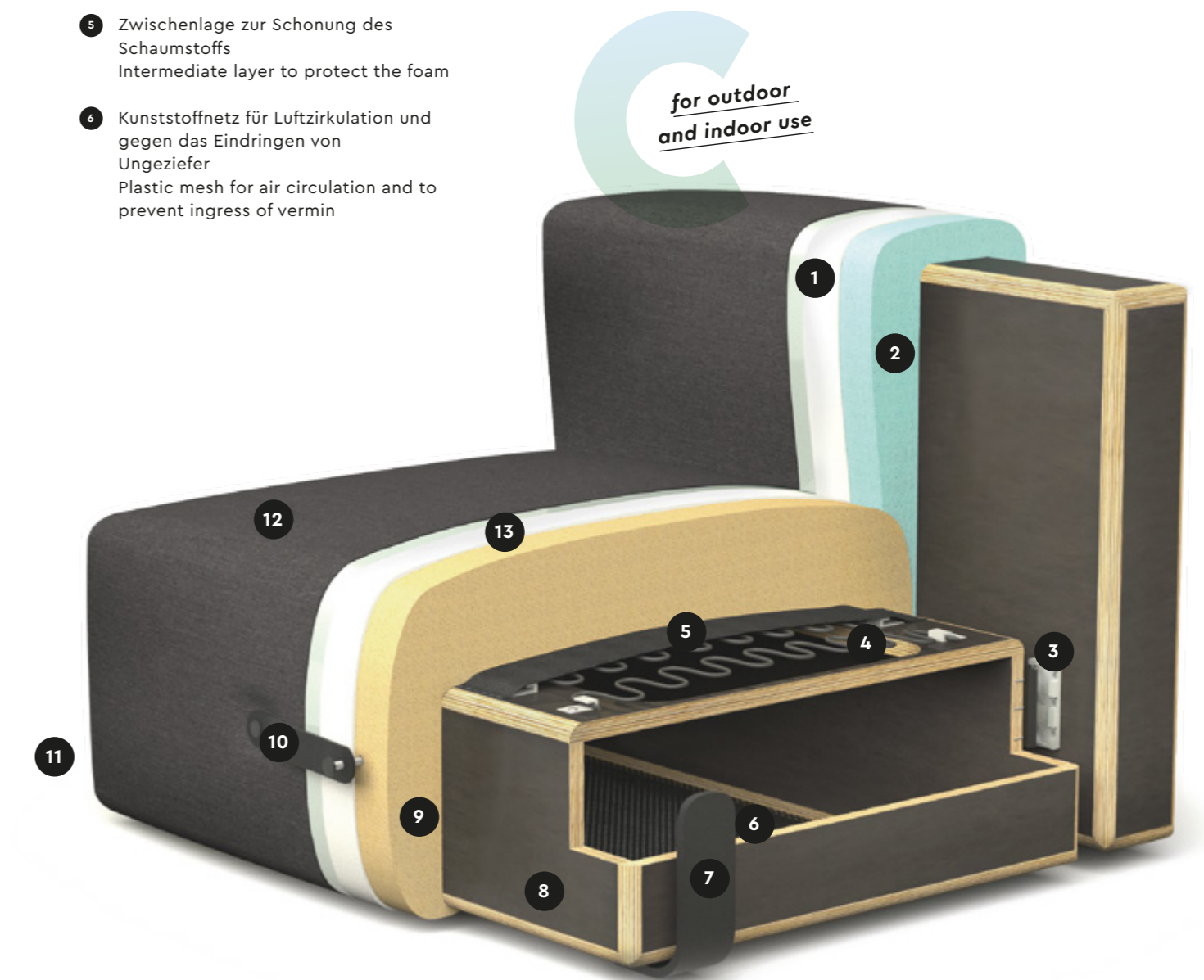
Excellent design and innovative technology mean you will never want to stand up again. Not even if it is raining!

When you discover our MIAMI system sofa in a living room, you would not necessarily think that it could also be used as an outdoor sofa. It is not until you see it on an outdoor terrace that you might start to think about it.

In fact, the MIAMI fabric cover does not look like a typical outdoor fabric. Yet it is completely waterproof and UV-resistant. It is made of OEKO-TEX®-certified Sunbrella acrylic – making it lightfast, mould resistant and is welded to a waterproof laminate. Upright seams and swelling yarn ensure that moisture cannot get into it. The covers are available in three colours. That means that everybody can not only compose their dream sofa in modular terms, but also with colour coordination – and then decide later whether it should be indoors or outdoors. It has already been done by the Italian Embassy in Berlin, the Metronome Festival in Prague and the Rolls Royce Cullinan Tour – see pages 30 – 31 for more details. ◀

product details

- 1 Polsterwatte für straffen Bezug
Upholstery padding for a firm cover
- 2 8 cm Rückenschaum
8 cm back foam
- 3 Keilbeschlag an Rücken- und Armlehne
für leichte Demontage bei Reinigung
und Transport
Metal fittings on the backrests and
armrests for easy dismantling
during cleaning and transport
- 4 Witterungsbeständige Nosagfedern
für höchsten Komfort
Weatherproof zigzag springs for
maximum comfort
- 5 Zwischenlage zur Schonung des
Schaumstoffs
Intermediate layer to protect the foam
- 6 Kunststoffnetz für Luftzirkulation und
gegen das Eindringen von
Ungeziefer
Plastic mesh for air circulation and to
prevent ingress of vermin
- 7 Metallspange
Metal clip
- 8 Wasserfeste Platte mit abgerundeten
Kanten gegen Stoßgefahr
Waterproof panel with rounded edges
to protect against collision
- 9 12 cm Schaumstoff für hohen Komfort
12 cm foam for optimal comfort
- 10 Soft-touch-Griff
Soft touch grip
- 11 Aufrecht verlaufende Nähte,
mit Quellgarn versiegelt
Upright seams, sealed with
swelling yarn
- 12 100 % Sunbrella Acrylic,
UV-beständig, schimmelresistent
und OEKO-TEX®-zertifiziert
100% Sunbrella Acrylic, UV resistant,
mould resistant and OEKO-TEX®-certi-
fied
- 13 Wasserdichte Kaschierung, fest mit
dem Stoff verschweißt
Waterproof laminate, firmly heat-
sealed to the fabric



Design by Mark Braun

Mark Braun entwirft neben seiner Tätigkeit als Industriedesigner freie Arbeiten und exklusive Editionen für Galerien wie „Libby Sellers (London)“ und „S. Bensimon (Paris)“. Zudem unterrichtet er an verschiedenen Universitäten wie der HKD Burg Giebichenstein und der ECAL Lausanne. Seit 2015 ist er Professor für Produktdesign an der HBK Saar. Das von Mark Braun 2006 in Berlin gegründete Designstudio wurde mit zahlreichen renommierten Preisen wie dem iF Award, dem Red Dot und dem German Design Award ausgezeichnet.

In addition to his work as an industrial designer, Mark Braun designs free works and exclusive editions for galleries such as Libby Sellers (London) and S. Bensimon (Paris). He also teaches at various universities such as the HKD Burg Giebichenstein and the ECAL Lausanne. He has been Professor of Product Design at HBK Saar since 2015. The design studio opened by Mark Braun in 2006 in Berlin has won a range of renowned prizes, such as the “iF Award”, the “Red Dot” and the “German Design Award”.



soundful living



ITALIENISCHE BOTSCHAFT BERLIN



MIAMI goes Italy: Bei der HOME-Veranstaltung „Design for Sustainability“ in der italienischen Botschaft in Berlin sprach Designer Mark Braun über Nachhaltigkeit im Produktdesign. Mit dabei: unser Systemsofa MIAMI. Dass auch das Bedürfnis, darauf zu sitzen, ziemlich nachhaltig ist, zeigte sich noch ein weiteres Mal: bei einer Veranstaltung im Rahmen des italienischen Nationalfeiertags. Mille grazie!

MIAMI goes to Italy: at the HOME event "Design for Sustainability" at the Italian Embassy in Berlin, designer Mark Braun talked about sustainability in product design. And with him was our MIAMI system sofa. The fact that the need to sit on it appears to be fairly sustainable was demonstrated once again - at an event held on the Italian National Day. Mille grazie!



Ein brandaktuelles Thema auf der Berlin Fashion Week war die Verwendung von nachhaltigen Stoffen. Klar, dass unser KIMONO Sofa mit seinem Bezug aus 100 Prozent recyceltem Wollfilz besonders gut ankam: Zahlreiche Fashion-Blogger ließen sich von Fotografin Nela König darauf ablichten - aber auch andere Influencer wie Patrice oder The Boss Hoss machten Gebrauch von unserem nachhaltigen Fotospot.

The use of sustainable fabrics was a hot topic at the Berlin Fashion Week. So it was no surprise that our KIMONO sofa with its cover made of 100 percent recycled wool felt had a particularly good reception. Lots of fashion bloggers had their pictures taken on it by photographer Nela König - but other influencers, such as Patrice or The Boss Hoss, also took full advantage of our sustainable photo opportunity.

FASHION WEEK BERLIN



METRONOME FESTIVAL PRAG



Das METRONOME in Prag ist ein Musik-Festival mit dem Motto: „Comfort Above All Else“. Passend dazu wurden im VIP-Bereich unserer MIAMI-Sofas als Loungemöbel eingesetzt - laut den Besuchern nicht nur ein optisches Highlight, sondern auch bequem und einladend, länger zu verweilen. Auch seine Outdoor-Qualitäten konnte MIAMI bei einem Regennachmittag beweisen: wasserdicht und trocken in 30 Minuten.

The METRONOME in Prague is a music festival with the slogan "Comfort Above All Else". To suit this, our MIAMI sofas were used as lounge furniture in the VIP area, and according to the visitors not only were they an optical highlight, but also provided a comfortable, inviting area to spend some time. MIAMI was also able to demonstrate its outdoor qualities on a rainy afternoon - waterproof and dry in 30 minutes.

CONMOTO AROUND THE WORLD

Next Stops

Sylt 25.07. - 07.08. . Polo Maifeld 24.08. - 25.08.
Vejle 05.09. - 07.09. . IAA Pop-up 09.09. - 15.09.
Munich 20.09. - 21.09. . Budapest 26.09. - 28.09.
Munich 15.10. - 20.10.

Der neue Rolls-Royce Cullinan ist auf Europa-Tour - und conmoto ist mit dabei. Wir konzipierten für die Roadshow eine flexible Wohlfühl-Area, die sich dem Veranstaltungsort anpassen lässt und in der sich die Gäste eine Pause gönnen können. Mit dabei: unser modulares In- und Outdoor-Sofa MIAMI, der Beistelltisch KARO und der rollbare Kamin ROLL FIRE. Tourdaten finden sich links!

The new Rolls Royce Cullinan is touring Europe - and conmoto is with it all the way. We designed a flexible feel-good area for the roadshow, where guests can take a break and which can be adapted to the venue. The area features our modular MIAMI indoor and outdoor sofa, the KARO coffee table and the ROLL FIRE rolling fireplace. The tour details are shown on the left.



ROLLS-ROYCE CULLINAN TOUR



impressum

Herausgeber . Publisher

conmoto.brands

Lions at Work GmbH . Annette-Allee 41 . 48149 Münster . Germany

Tel. +49 251 284 685 0 . Fax +49 251 284 685 11

info@conmoto.com . www.conmoto.com

Inhaltlich verantwortlich . Responsible for content: Johannes Wagner, CEO . Founder



Redaktionsteam dieser Ausgabe . Editorial team for this edition

Anna van Dam . Patrick Tenbrinck . Jens Könen . Lars Mewes . Piet Fischer

Bildnachweise . Photo credits

Cover Roland Borgmann . S. 4 – 7 Christian Kemper . S. 8 – 11 Nicola Rehage . S. 13 – 17 Nela König, Sperling Movies
S. 18 – 25 Roland Borgmann, Annika Feuss, Jens Bösenberg, Joachim Grothus . S. 26 – 29 Yvonne Schmedemann . S. 27 Sonja Müller
S. 30 – 31 Nela König, Dario J. Laganà, Christian Kemper, Anna van Dam

Konzept und Gestaltung . Concept & Design

UNGESTRICHEN Büro für Kommunikationsdesign . www.ungestrichen.com

Texte . Texts

Piet Fischer . www.pietfischer.net

Druckerei . Printed by

Bitter und Loose GmbH . www.bitterundloose.de