

DESIGN NOW!

CHARLOTTE & PETER FIELL



TASCHEN

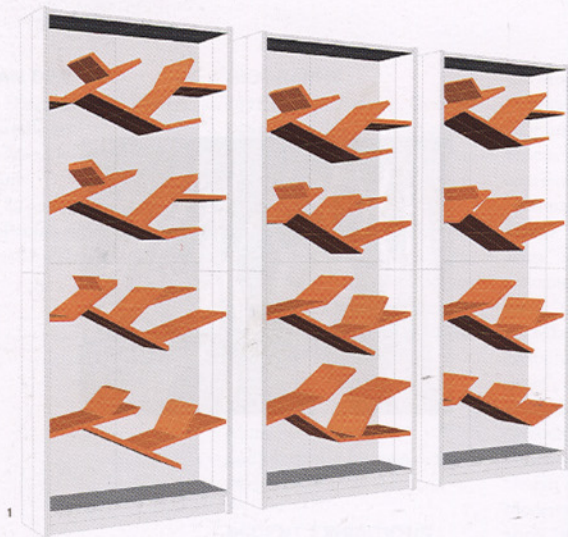
DING3000



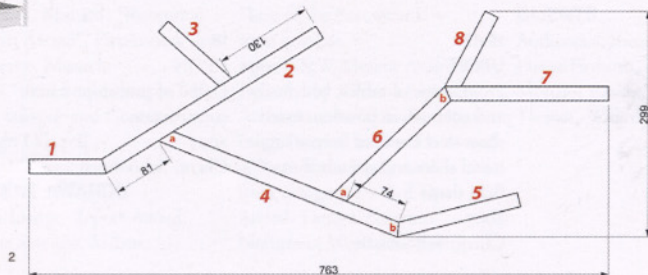
“Our design philosophy cannot be described by a dogma or an ‘ism’. The designs come about through a situation, product and customer-oriented design process, which takes place somewhere in between method and magic. The way to the product lies in the search for a new, better, different, unjustly forgotten, humorous idea. The resulting formal and functional elaboration is largely due to this idea. Our work is evidence of the pleasure we take in challenging materials, products and not least people’s behaviour. Often we question available solutions and popular assumptions and proceed in a way that is contradictory to them. As a result, we continually make wonderful discoveries off the beaten track.”

„Unsere Designphilosophie lässt sich nicht durch ein Dogma oder einen ‚Ismus‘ beschreiben. Die Entwürfe entspringen einem situations-, produkt- und kundenbezogenen Designprozess, der sich im Spektrum zwischen Methodik und Magie abspielt. Der Weg zum Produkt führt über die Suche nach einer neuen, einer besseren, einer anderen, einer zu Unrecht vergessenen, einer humorvollen Idee. Die formale und funktionale Ausarbeitung ist dieser Idee in hohem Maße verpflichtet. Unsere Arbeiten zeugen von der Freude, die wir an der Auseinandersetzung mit Materialien, Produkten und nicht zuletzt dem Verhalten der Menschen haben. Häufig stellen wir vorhandene Lösungen und gängige Annahmen infrage und begeben uns in Widerspruch zu ihnen. Dadurch machen wir abseits der ausgetretenen Pfade immer wieder wundersame Entdeckungen.“

«Aucun dogme ou mot en «isme» ne peut décrire notre philosophie du design. Le design se façonne en fonction des situations, des produits, des processus créatifs orientés vers le consommateur, quelque part entre la méthode et la magie. Pour arriver jusqu’au produit, il faut partir en quête d’une idée nouvelle, meilleure, différente, injustement oubliée, humoristique. La perfection formelle et fonctionnelle qui en résulte provient largement de cette idée. Notre travail est la preuve du plaisir que nous prenons à manipuler des matériaux, des produits, et aussi des personnalités difficiles. Nous remettons souvent en question les solutions habituellement disponibles et les idées reçues et procédons de façon à les contredire. C’est ainsi que nous faisons régulièrement des découvertes magnifiques en dehors des sentiers battus.»



1-3
BILLY WILDER
CAD rendering of bookshelves,
drawing of shelf arrangement,
detail of shelf
2005
Client: design3000





1-3
BILLY WILDER BOOK-
SHELVES FOR DESIGN₃₀₀₀,
2005

35 million units of Ikea's famous Billy bookcase have been sold worldwide – making it the world's biggest seller when it comes to shelving. Following the slogan "pimp my billy" ding3000 have devoted their creativity to redesigning this classic Ikea piece. Their Billy

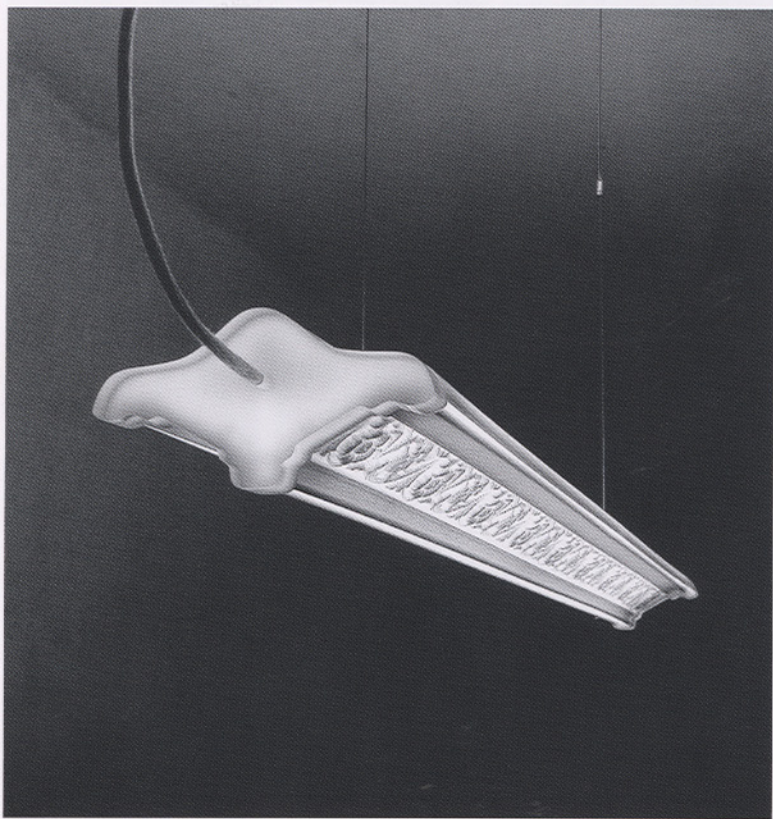
Wilder unit, constructed of painted MDF, meets one's primary expectation of a shelf – to be able to put everything in order. It is meant as a playful approach to the subject "our daily mess" and serves as an interim storage place for unsorted books, magazines and newspapers. The wildly growing rack makes Billy "wilder".

Ikeas berühmter Bücherschrank Billy ist weltweit 35 Millionen

Mal verkauft worden, was ihn zum Spitzenreiter unter den Regalen macht. Frei nach dem Wahlspruch „Pimp my Billy“ ließen die Designer von Ding3000 ihre kreativen Muskeln spielen und möbelten den Einrichtungsklassiker fantasievoll auf. Der Billy Wilder aus lackiertem MDF packt ein Problem unseres Lebens – Ordnung zu schaffen – auf spielerische Weise an. „Unser alltägliches Chaos“ aus unsortierten Büchern, Magazinen und Zeitungen kann nunmehr in dieser Ablage zwischengelagert werden. Der kreuz und quer wachsende Regalboden macht Billy „wilder“.

La célèbre étagère Billy d'Ikea s'est vendue à 35 millions d'exemplaires – ce qui fait d'elle le modèle le plus vendu dans le monde. Sous le slogan « retape ton Billy » ding3000 a consacré sa créativité à reformuler ce clas-

sique d'Ikea. Leur pièce Billy Wilder, constituée de plaques d'aggloméré, correspond à ce que chacun attend d'une étagère – on peut tout y ranger. Elle a été conçue comme un commentaire amusé de « notre bazar quotidien » et sert de lieu d'entreposage temporaire pour les livres, les magazines et les journaux orphelins. Cette accumulation sauvage fait naître un Billy « plus sauvage ».



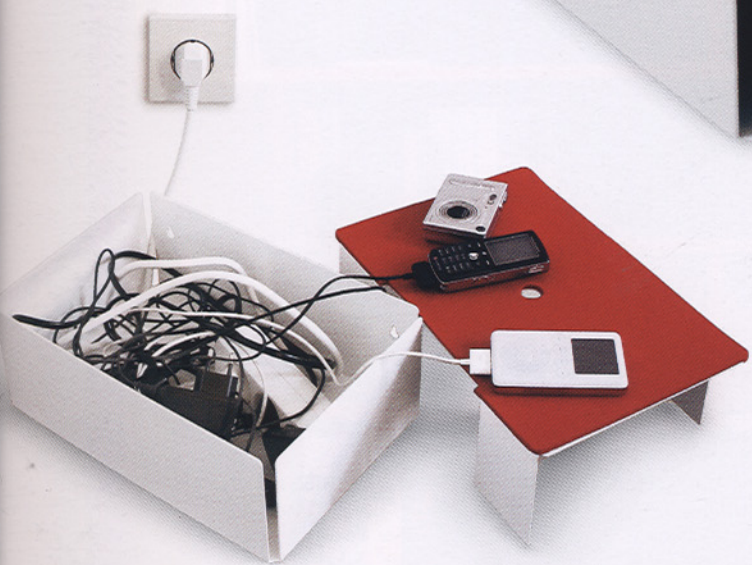
4

4-5
STUCKLEUCHTDING
Hanging light in acrylic
and styrofoam with
twin fluorescent tubes
2005
Client: self-produced



5

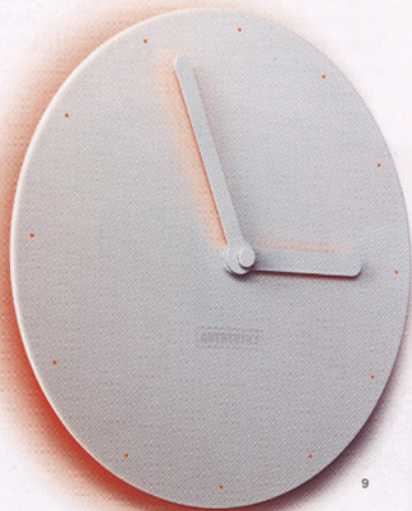
"It is both a challenge and a delight
to make wishes, dreams and ideas come
true every day."



ARGE BOX
mounted or freestanding
er-coated sheet steel and
table management container
t: Konstantin Slawinski

8
TEHERAN
Table light with plastic shade
2006
Client: self-produced





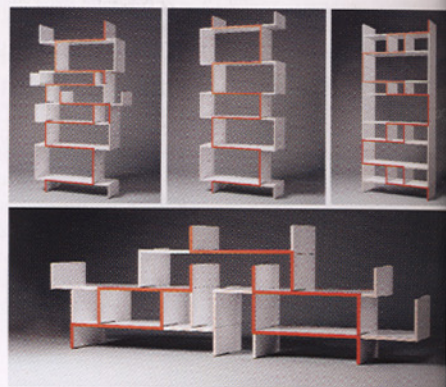
9

9
CORONA
 Plastic wall clock with
 fluorescent rear surface that
 produces a corona effect
 2006
 Client: Authentics

10
ABROLLDING
 Cast metal dispenser
 2005
 Client: Troika



10



11-12
ODERSODING
 Modular shelving system based
 on a single element in coated
 plywood and sheet steel
 2005
 Client: self-produced

DING 3000

Braunstraße 28
 30169 Hannover
 Germany
 T +49 511 91199436
 E info@ding3000.com
 www.ding3000.com

DESIGN GROUP HISTORY

2005 Founded by Sven
 Rudolph, Ralf Webermann and
 Carsten Schelling in Hanover

FOUNDERS' BIOGRAPHIES SVEN RUDOLPH

1978 Born in Kassel, Germany
 1998 Internship, OGC (packaging
 design company), Johannes-
 burg, South Africa
 1999 Studied product design at
 Fachhochschule Hannover
 (University of Applied Sciences
 and Arts)
 2002 Studied product design
 at University of Hefei, China

2002-2003 Studied product
 design at HFG Karlsruhe,
 Germany
 2003-2004 Internship,
 Vogt+Weizenegger, Berlin
 2005 Diploma - product design,
 Fachhochschule Hannover
 (University of Applied Sciences
 and Arts)

RALF WEBERMANN

1972 Born in Westerstede,
 Germany
 1998 Worked as cabinet-
 maker foreman
 2002 Studied product design
 at University of Hefei,
 China
 2004 Diploma - product
 design, Fachhochschule
 Hannover (University of
 Applied Sciences and Arts)

CARSTEN SCHELLING

1977 Born in Stuttgart,
 Germany
 1999 Studied product design at
 Fachhochschule Hannover
 (University of Applied Sciences
 and Arts)
 2002 Studied product design at
 University of Hefei, China -
 Project cooperation with ESAD
 Reims, France
 2003 Studied product design
 and typography at the Univer-
 sity of Technology, Sydney,
 Australia
 2003-2004 Internship,
 Marcel Wanders Studio,
 Amsterdam, The Netherlands
 2005 Diploma - product design,
 Fachhochschule, Hannover
 (University of Applied Sciences
 and Arts)
 2005-2006 Designer, Marcel
 Wanders Studio, Amsterdam,
 The Netherlands

RECENT EXHIBITIONS

2005 "Talents", Tendence
 Lifestyle, Frankfurt; "Salone
 Satellite", Salone del Mobile,
 Milan; "Inspired by Cologne",
 imm cologne
 2006 "form2006", Tendence
 Lifestyle, Frankfurt; "DMY06",
 Designmai Youngsters, Berlin,
 2007 "Silver Design",
 Shop der Generationen, Berlin
 "Design Plus Exhibition", Ambi-
 ente, Frankfurt

RECENT AWARDS

2005 Designpreis Rheinland-
 Pfalz, Netzwerk für Design und
 Kommunikation Rheinland-
 Pfalz; iF Award, International
 Forum Design Hannover
 2006 Good Design Award,
 JIDPO (Japan Industrial Design
 Promotion Organization); iF
 Award, International Forum

Design Hanover; Promotio
 Gift Award (PGA), WA V
 Cologne; Nomination, De
 preis Deutschland, Bundes
 republik Deutschland
 2007 Design Plus Award,
 Ambiente, Frankfurt,
 Red Dot Award, Design
 Zentrum Nordrhein Westf
 Essen

CLIENTS

Authentics, Corpus Delicti
 Design3000, Esprit, Fussi,
 Deluxe, Konstantin Slawir
 Magazin, Pension für Proc
 Pulpo, Sompex,
 Style Foundation, Troika,
 Wilkhahn

