



1

Kontraste erleben

Die Interprint-Möbeltage sind seit sechs Jahren zu einem festen Termin im Terminkalender geworden. Kurz vor Jahresschluss informiert der Arnsberger Dekordrucker erneut über die Holz- und Farbtrends der nächsten Einrichtungssaison. Ein Muss für Designer aus der Möbel- und Holzwerkstoff-Industrie.

Sechs Jahre, sechs Veranstaltungen und sechs verschiedene Themen: Die Möbeltage in Arnsberg sind zu einem Pflichtprogramm für Produktentwickler und Designer der Einrichtungsindustrie geworden. „Wir verzeichnen von Jahr zu Jahr mehr Besucher“, freut sich Salvatore Figliuzzi, Leiter Dekorentwicklung & Marketing von Interprint und ergänzt: „Gleichzeitig wird die Internationalität der Besucher immer größer. In diesem Jahr durften wir sogar Möbelhersteller aus Süd- und Osteuropa in Arnsberg begrüßen.“

Aus einer Dekorschau mit einer Handvoll Kunden ist 2012 ein Event mit über 200 Interessenten aus mehr als 100 Unternehmen geworden. „Der diesjährige Erfolg ist für mich ein Beweis dafür, dass unsere Partner Inspiration, neue Denkansätze und relevante

Impulse schätzen“, resümiert Figliuzzi zufrieden die Veranstaltung im vergangenen November.

Drei Wochen lang hatte das Design- und Marketingteam alle Hände voll zu tun, um die internationalen Besuchergruppen mit neuen Designs in Bann zu versetzen. Damit bei den Besuchern kein Déjà-vu-Erlebnis aufkommt, überrascht das Unternehmen seine Besucher bei jeder Veranstaltung mit neuen Einfällen und Eindrücken. Die Spannweite der Einfälle reichte in den vergangenen Jahren von kulinarischen Genüssen im Rahmen eines Kochkurses mit einem Sternekoch bis hin zu den abenteuerlichen Erlebnissen eines Weltenbummlers. „Living in Contrasts“ lautete das Motto der diesjährigen Möbeltage. Die Besucher sollten Kontraste

einmal anders erleben und sich inspirieren lassen.

Dunkelheit macht kreativer

Auf dem Event ermöglichte das Unternehmen den Teilnehmern eine Begegnung mit sich selbst. Mit „Lichtlos“, einem von der TU Dortmund durchgeführten Forschungsprojekt zum Einfluss von Dunkelheit auf die Kreativität, verschaffte Interprint den Besuchern neuartige Erkenntnisse. In einem „Lichtlos-Kubus“ konnten diese unter fachkundiger Anleitung in absoluter Dunkelheit nicht nur ihre Sinne erkunden. Sie erfuhren auch, dass der Aufenthalt in Dunkelheit laut Studie durchschnittlich 30 Prozent kreativer macht und die Problemlösungskompetenz erhöht. Der Abschluss des Workshops bildete damit einen extremen Kontrast zu den zuvor gesammelten visuellen Eindrücken.

11 Salvatore Figliuzzi und Daniel Heitkamm führen die „Colours of the Web“ als trendige Akzentfarben vor.

Salvatore Figliuzzi and Daniel Heitkamm present the „Colours of the Web“ as trendy accent colours.

Inspirationsquelle

Doch auch für ihre tägliche Arbeit konnten die Teilnehmer eine Menge an neuen Erkenntnissen über Mode- und Designtrends sowie neuartige Technologien mit nach Hause nehmen. Der Dekordrucker hatte seinen Ausstellungsraum komplett umgebaut und zu einem Arbeitsraum mit Workshop-Atmosphäre gemacht. Gestalterisch beschritt das Unternehmen dabei neue Wege, indem es die komplette Innenausstattung aus Seekieferholz bauen ließ. Nichts war von der Stange.

Bei der Neugestaltung war der Raum in fünf Zonen aufgeteilt worden. In der „Cinema“-Zone lassen sich beispielsweise Dekore in Normlicht betrachten. In einem anderen Bereich können die Workshop-Teilnehmer im wohnlich gestalteten Ambiente auch mal eine kreative Pause einlegen.

Was in dieser Workshop-Atmosphäre an Kreativem entstanden ist, konnte Figliuzzi anhand neuer Dekore und Unifarben demonstrieren.



ren. Zusammen mit Daniel Heitkamm aus dem Design- und Marketingteam informierte der Designchef über die Ergebnisse umfangreicher Trendrecherchen. So haben bei der Entwicklung der Uni-Kollektion beispielsweise Farbtrends der Automobil- und Kosmetikindustrie eine Rolle gespielt. Wie Figliuzzi weiter ausführte, wird zunehmend aber auch das Internet zur Inspirationsquelle. „Wir haben die leuchtenden Akzentfarben, die wir täglich im Web sehen, adaptiert

und bringen sie in Verbindung mit natürlichen Hölzern“. Für den Designchef stehen künftig vor allem Blautöne im Vordergrund. Beim Perlmutter-/Metallic-Effekt „Pearl Perfect“ stand hingegen der in der Fashion-Branche beliebte Cognac-Ton im Fokus.

Jenseits der Eiche

Bei den Holzdekoren stehen helle, natürliche Farben im Mittelpunkt. Interprint stellte Dekore mit viel Natürlichkeit, einer hohen Authen-

tizität und mit charakterstarken Eigenschaften vor. Gleichzeitig zeigt sich der Dekordrucker offen für neue Themen „jenseits der Eiche“ und orientiert sich an der progressiven Denkweise „Learn to unlearn“. Im Unternehmen ist man davon überzeugt, dass, wenn man Gelerntes versucht zu verlernen, sich neue Spannungsfelder ergeben und so die Entwicklung neuer Dekorstrukturen mit „ähnlichen Genen“ möglich wird. Das Dekor „Santhia“ ist ein Beispiel für eine Weiterentwicklung auf Basis der natürlichen Merkmale einer Eiche.

Neben Dekorpapieren für Melaminoberflächen spielen Finishfolien im Produktportfolio von Interprint eine wachsende Rolle. Über 80 Millionen Quadratmeter wird das Unternehmen nach eigenen Angaben 2012 produzieren. In dieser Produktparte spielen naturidentische Oberflächenstrukturen eine wachsende Rolle, denen mit synchronen Porenstrukturen Rechnung getragen wird.

Die natürlichen Hölzer werden nach Ansicht von Figliuzzi dabei im spannenden Kontrast zu Unifarben stehen. „Visual Perfect“ nennt Interprint die Kollektion, weil Möbeloberflächen mit den unifarbenen Dekoren dank raffinierter Drucktechnologie „wie lackiert“ wirken.

2| Interprint hat seinen Showroom komplett umgebaut und zu einem Arbeitsraum mit Workshop-Atmosphäre gemacht.

Interprint had completely remodelled its showroom, converting it into a workroom with workshop atmosphere.

3| In der kommenden Einrichtungssaison spielen bei den Holzdekoren helle, natürliche Farben die Hauptrolle.

In the coming furnishings season, light natural colours play the major role among the woodgrain decors.

4| Im „Lichtlos-Kubus“ machten die Teilnehmer Erfahrungen mit verschiedenen Sinnen.

In the „Lichtlos-Kubus“ (ever-dark cube), participants were able to experience their own senses.

5| Figliuzzi führt den Besuchern den drastischen Wandel vom einfachen Telefon zum multifunktionalen Smartphone vor. *Figliuzzi demonstrates to visitors the drastic change from the simple telephone to the multi-functional smartphone.*

Photos: Interprint

Experiencing contrasts

The „Furniture Days“ fair held by the decor printing specialist Interprint (Arnsberg) has become a „must see“ program for product developers and designers from the furnishings industry. Developing from a simple decor show with a handful of customers to the 6th edition 2012, it is now a discovery event with over 200 trade visitors from more than 100 firms in the industry. „Living in Contrasts“ was the motto of the event. The aim was that visitors should for once experience contrasts in a different way and let themselves be inspired. The decor printing company had completely remodelled its showroom for the purpose, converting it into a workroom with workshop atmosphere. In developing the decors, the Interprint design team had gained inspiration from – among other sources – the Internet. In the process, the brilliant accent colours from the Web were adapted and presented in conjunction with natural woods. With the wood decors, light natural colours were the focal point. Frequently to be seen were, in particular, further developments based upon the natural characteristics of an oak, while new interpretations of other kinds of wood rounded off the program. In the product segment Finish Foils, Interprint was able to offer visitors products with synchronous pore structures.

Richard Barth



Spannungsreich

Das Motto der 6. Interprint-Möbeltage „Living in Contrasts“ findet sich in den Dekor-Highlights wieder: Die betonte Natürlichkeit der Dekore wird begleitet von haptischen Strukturen, die der Optik folgen. Spannende Kombinationen ergeben sich mit aktuellen Unifarben.

Die Dekorneuheit „Santhia“ vereint ihre asiatische Herkunft mit Anleihen aus typischen Merkmalen verschiedener Hölzer. Das Ergebnis ist ein leicht strukturiertes und elegantes Porenbild mit sanften Schwüngen für einen harmonischen Gesamteindruck.

„Beaumont Oak“ ist kompromissloser Eichen-Look für eine große Zielgruppe. Eiche, wie sie sein soll: natürlich und intensiv in der Farbe, wie sie die Liebhaber der legendären Eiche bevorzugen. Man erkennt leichte Risse, charakteristische Poren und ansprechende Blumenpartien, Äste hingegen sind sehr dezent gehalten.

Kontrastreiches Licht- und Schattenspiel

Das nordische Nadelholz-Dekor „Katthult“ ist ein Möbeldekor für die junge Generation. Ursprünglich sehr weich und somit ideal zum

Strukturieren und Bearbeiten hat Interprint gekonnt die typisch schwedische Art herausgestellt. Streiferpartien, halb angeschnittene Blumen, eine leicht wellenartige, fließende Struktur und ein interessanter 3D-Effekt zeichnen diese Neuentwicklung aus. Das Dekor „Jocko’s“ erinnert an Origami oder wenn man so will: an ein

Stück Papier, das sich erst nach mehrmaligem Zusammenfallen richtig entfalten durfte. Die Spannung, die dabei entsteht, ist ein ungewöhnliches Licht- und Schattenspiel. Das frei schneidbare Allover-Dekor mit Facetten-Optik lässt sich in keine Schublade stecken, es ist absolut eigenständig.

ba

1| „Beaumont Oak“ – der Klassiker.

„Beaumont Oak“ – the classic.

2| „Jocko’s“ – der Kreative.

„Jocko’s“ – the creative.

3| „Santhia“ – die Vielseitige.

„Santhia“ – the versatile.

4| „Katthult“ – der neue Schwede.

„Katthult“ – new from Sweden. Photos: Interprint

Exciting

„Living in Contrast“ is the motto of Interprint’s 6th „Furniture Days“ show held in 2012. The decor printing specialist used this event to present new woodgrain decors, which not only look, but also feel like real wood. The contrast program comprises solid colours, which allow attractive combinations. Highly prominent among the new presentations was the woodgrain decor „Santhia.“ This combines features of its Asian origin with borrowed elements from typical characteristics of different kinds of wood. The result is an elegant, slightly pored effect with gentle sweeps. For connoisseurs of the legendary oak decor, Interprint developed the new design „Beaumont Oak“, which reveals cracks, a characteristic pored structure and cathedrals. The Nordic conifer „Katthult“ features striped areas, half-suggested cathedrals, a slightly undulating structure and a 3-D effect. „Jocko’s“ recalls the Japanese art of paper-folding, Origami, and its faceted appearance is characterised by a contrast of light and shadow.