

Kontrastreiche Inspiration

Leben und Wohnen in Kontrasten, draußen wie drinnen – ein aktuelles Gestaltungsthema, mit dem sich die Kreativen bei Interprint auseinandersetzen. Die ungewöhnliche Ansicht des Interprint Design Centres in Arnberg hat auf den diesjährigen „Möbeltagen“ mehr als 200 internationale Besucher aus 100 Unternehmen empfangen und neugierig auf Trendthemen rund um die Möbelerfläche gemacht. Diese wurden stilvoll und spannend in Workshop-Atmosphäre präsentiert.





LIVING IN CONTRASTS

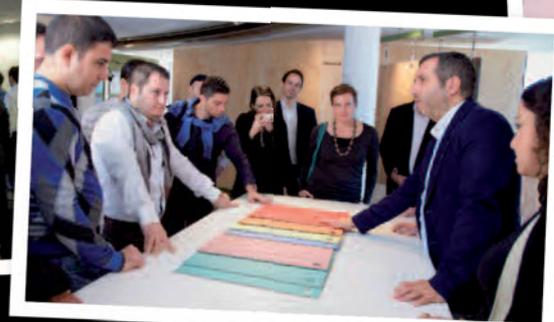


Kontrastreiche Inspiration

> Salvatore Figliuzzi, Leiter Dekorentwicklung und Marketing bei Interprint, führte durch die „6. Möbeltage“ und stellte dabei unter anderem die Dekorneuheiten für 2013 vor. Unten: Zum Abschluss der Veranstaltung schärften die Besucher im „Lichtlos-Kubus“ in völliger Dunkelheit alle Sinne.

Och, wie süß, so der erste Gedanke beim Betrachten des Synthesizers „OP-1“. Schließlich wirkt das Gerät wie ein Spielzeug aus der Lego-Schmiede. Es folgt der erste Ton – anerkennendes Nicken. Guter Sound. Das Nicken mündet in ein ungläubiges Staunen, schließlich kostet der putzige Kleine stattliche 799 Euro.

Separat erhältlich ist jede Menge Zubehör. Unter anderem sogenannte Cranks. Diese sind auf bestimmte Knöpfe des Mini-Synthesizers aufsetzbar und können dann gedreht werden. Damit lässt sich die Aufnahme- und Abspielsehwindigkeit manuell steuern. Vorwärts, rückwärts, ganz nach Belieben. Einziger Haken: Auch das Zubehör für das Kultobjekt lässt





sich der schwedische Hersteller Teenage Engineering mehr als fürstlich bezahlen. 14 Euro sind pro Crank zu berappen. Versandkosten exklusive.

Die lassen sich sparen. Wie das Beispiel US-Militär beweist. Es liefert in Krisengebiete keine Ersatzteile mehr, sondern mailt „nur“ noch 3-D-Daten. Damit werden die reparaturbedürftigen Teile vor Ort über spezielle 3-D-Drucker einfach vor Ort produziert.

Und genau dies bietet auch die Ideenschmiede Teenage Engineering an. Crank auf der Webseite aussuchen, 3-D-Daten anfordern, bequem zu Hause ausdrucken. Der Kontrast: Ein anfangs groß erscheinendes Problem löst der Verbraucher auf einfache Art und Weise.

„Die entsprechenden Drucker kosten mittlerweile etwa 1.000 Euro, sind also erschwinglich“, so Daniel Heitkamm aus dem Design- und Marketing-Team von Interprint. „Wenn sich diese Info weiter verbreitet, werden bald viele Designer in solche Drucker investieren.“

Diese und viele weitere Geschichten erlebten die Besucher der „6. Interprint Möbeltage“ drei Wochen lang im November im Arnberger Design Centre. Schließlich sollte die Veranstaltung unter dem Motto „Living in Contrasts“ nicht nur die Dekore der Saison 2013 in Szene setzen, sondern auch unterhalten, Emotionen wecken und stilvoll zeigen, welche Technologien auf dem Sprung zum breiten Endverbrauchermarkt sind.

Und das Konzept der „Möbeltage“ kommt an, wie die Besucherzahlen beweisen. Waren es bei der ersten Auflage noch vier Kunden, kamen 2011 bereits etwa 100. 2012 reisten mehr als 200 internationale Entscheider aus der Holzwerkstoff- und Möbelindustrie von mehr als 100 Unternehmen aus ganz Europa nach Arnberg. Um bei täglich drei Veranstaltungen zu erleben, wie Trends entstehen, wie man sie interpretiert und dann zu marktreifen Produkten entwickelt.

In Workshop-Atmosphäre diskutierten die Gäste Themen rund um die Möbeloberfläche wie Dekor-Neuheiten, Unifarben, Perlmutt-/Metallic-Effekte, neue Haptiken und Oberflächenstrukturen. Dafür hatte das Interprint-Team

> Oben: Der drastische Wandel vom einfachen Telefon hin zum I-Phone. Der Mensch gewinnt durch neue Technologien an Komfort, verliert aber gleichzeitig viele liebgewonnenen Dinge. Unten: Kultobjekt Mini-Synthesizer „OP-1“ von Teenage Engineering aus Schweden.





> Mit Accessoires, die nicht von der Stange sind, so Salvatore Figliuzzi, hatte Interprint seinen hauseigenen Showroom stilvoll gestaltet. Das Ambiente war getreu dem Veranstaltungsmotto geprägt von Holz-, Farb-, Stil- und Fertigungskontrasten.



um Salvatore Figliuzzi den hauseigenen Showroom liebevoll und einladend gestaltet. „Mit Accessoires, die nicht von der Stange sind“, wie der Leiter Dekorentwicklung & Marketing betonte. Das Ambiente war getreu dem Veranstaltungsmotto geprägt von Holz-, Farb- und Stil-, aber auch von Fertigungskontrasten. „Gegensätze haben in der Gestaltungswelt eine wichtige verbindende Funktion“, so Figliuzzi bei der Vorstellung der aktuellen Dekore in Verbindung mit den „Visual Perfect“-Unifarben.

Auffallend bei den Dekor-Neuheiten Interprints für die Saison 2013 sind die verblüffende Natürlichkeit, überzeugende Authentizität sowie die charakterstarken Eigenschaften, die insbesondere Holzdekore liefern. Darüber hinaus ist das Unternehmen offen für neue Themen jenseits der Eiche und orientiert sich an der progres-

siven Denkweise „Learn to unlearn“. „Wenn man Gelerntes versucht zu verlernen, ergeben sich neue Spannungsfelder und die Entwicklung neuer Dekorstrukturen mit ‚ähnlichen Genen‘“, so Figliuzzi. „Das Dekor ‚Santhia‘ ist ein gutes Beispiel für eine Weiterentwicklung auf Basis der natürlichen Merkmale einer Eiche.“

Im spannenden Kontrast zu natürlichen Hölzern stehen die „Visual Perfect“-Unifarben, die „wie lackiert“ wirken. „Eine neue Range von ‚Colours of the Web‘ ist entstanden – der Kontrast ‚net vs. nature‘. Wir haben diese leuchtenden Akzentfarben, die wir täglich im Web sehen, adaptiert und bringen sie in Verbindung mit natürlichen Hölzern“, so Salvatore Figliuzzi. Die Inspiration für Farbwelten bezieht das Team aus verschiedenen trendsetzenden Branchen. So entstand „Nocturno“ – ein sehr

dunkles, fast schwarzes Blau. Es lehnt sich an „Bleu“, das angesagte Parfüm von Chanel, an. Die dramatisch schöne Farbe ergibt im Zusammenspiel mit Holzdekoren ein absolut edles Ensemble.

Beim Perlmutter-/Metallic-Effekt „Pearl Perfect“ stand hingegen der in der Fashion-Branche beliebte Cognac-Ton „Meta“ im Fokus, der die Farben Braun, Kupfer und Rost in einer neuen Kolorierung vereint. Er findet sich in den Strukturen vieler Hölzer wieder und ist daher vielseitig kombinierbar.

Stilvoll abgerundet wurde die kurzweilige Zeitreise mit einem „Möbel“, das viele Jahrzehnte einen festen Platz im Wohnraum hatte: dem Telefon. So zeigte Interprint aus dem Fundus des Westdeutschen Rundfunks Telefone von 1898 bis heute. Der drastische Wandel vom einfachen Telefon zum multifunktionalen Smartphone lie-

fert den Kontrast und auch die Erklärung für das Verschwinden des Telefonmöbels: Der Mensch gewinnt durch neue Technologien an Komfort, verliert aber durch die Digitalisierung gleichzeitig viele liebgewonnene Dinge. Eindrucksvoll dargestellt wurde dies an einem Tisch, auf dem Funktionen des „iPhones“ wie Navigation, Notizzettel und Fotoapparat als Einzelbestandteile lagen.

Nach den vielen visuellen Eindrücken bildete ein extremer Kontrast den Abschluss des Workshops: der Aufenthalt in einem „Lichtlos-Kubus“. Eine außergewöhnliche Erfahrung, die viele Besucher noch nie gemacht hatten und von der sie sich sichtlich beeindruckt zeigten. Hier werden in völliger Dunkelheit alle anderen Sinne extrem geschärft und beispielsweise Musik intensiver gehört als bei Tageslicht. Studien haben zudem ergeben, dass absolute Dunkelheit stimulierend auf die Kreativität wirkt, was Werbeagenturen für Brainstormings teilweise bereits zu Nutze machen.

Salvatore Figliuzzi resümierte am Ende eines spannenden Rundgangs: „Wir hatten genauso viel Spaß wie die Besucher. Das durch die Bank positive Feedback zeigt, dass unsere Partner Inspiration, neue Denkansätze und relevante Impulse schätzen. Wir freuen uns schon auf 2013.“

