

INTERPRINT

Live erleben, wie Trends entstehen

Kontrastprogramm: Die 6. Interprint-Möbeltage machten Trends erlebbar und gaben Inspirationen für neue Materialien, Farben, Optiken sowie Oberflächenstrukturen. In Workshop-Atmosphäre und mit allen Sinnen. Vom Aufenthalt im 'Lichtlos-Kubus' bis zu aktuellsten Technologien und Produkt-Stories.

Nicht nur im Kino ein Kassenschlager: die dritte Dimension. Welche Rolle 3-D zukünftig für die Industrie spielen wird, war nur ein Thema, das in Arnberg für Gesprächsstoff sorgte. Denn auf den 6. Interprint-Möbeltagen im Design Centre ging es um die Zukunft. Drei Wochen lang fanden im November täglich drei Workshops statt. Dekorneuheiten, Unifarben, Perlmutt- bzw. Metallic-Effekte, neue Haptiken und Oberflächenstrukturen standen ebenso im Mittelpunkt wie Technologien auf dem Sprung zum breiten Verbrauchermarkt sowie die Bedeutung von Emotionen. Und lockten mehr als 200 internationale Entscheider der Möbelindustrie aus über 100

Unternehmen in ganz Europa ins Sauerland. 'Living in Contrast' hieß das Motto und sorgte für interessante Auseinandersetzungen. „Gegensätze haben in der Gestaltungswelt eine wichtige verbindende Funktion“, erklärt Salvatore Figliuzzi, Leiter Dekorentwicklung und Marketing. So bilden bei Interprint die natürlichen und authentischen Dekore, wie z.B. 'Santhia' als Weiterentwicklung der Eiche, einen spannenden Kontrast zu den 'Visual Perfect'-Unifarben die „wie lackiert“ wirken. „Eine neue Range

von 'Colours of the Web' ist entstanden – 'Net vs. Nature', macht Salvatore Figliuzzi neugierig. „Wir haben die leuchtenden Akzentfarben, die wir täglich im Web sehen, adaptiert und bringen sie in Verbindung mit natürlichen Hölzern.“ Die Inspiration für die Farbwelten bezieht das Team aus verschiedenen Trend-Branchen. So entstand 'Nocturno' – ein sehr dunkles, fast schwarzes Blau, das sich an 'Bleu', den bekannten Duft von Chanel, anlehnt und hervorragend zu Holzdekoren passt. Nach den vielen visuellen Eindrücken folgte dann im 'Lichtlos-Kubus' eine völlig neue Erfahrung: In totaler Dunkelheit wurden alle anderen Sinne geschärft und viel intensiver wahrgenommen.

Über 200 internationale Besucher reisten zu den Interprint-Möbeltagen 2012 ins Design Centre nach Arnberg. Drei Wochen lang fanden dort im November täglich drei Workshops, rund um Dekor-Innovationen und Technologien, statt.

Salvatore Figliuzzi, Leiter Dekorentwicklung und Marketing (l.), präsentierte seinen Gästen auf den Interprint-Möbeltagen charmant und kompetent die neuen Trends. „Wir hatten genauso viel Spaß wie die Besucher und freuen uns schon auf 2013.“