



Farben aus dem Internet: Leuchtende Akzentfarben bestimmen die Uni-Farbpalette bei Interprint. Rechts: Der Slogan „Living in Contrasts“ auf der Fassade des Design Centers



Kontraste waren auch das Thema des Begleitprogramms bei den Interprint-Möbeltagen. Unter anderem wurde die Entwicklung der Kommunikation und des Organisationsalltags von früher und heute betrachtet

# Kontrastprogramm mit Charakter

Die Interprint-Möbeltage haben sich von einem „lockeren Beisammensein“ zu einem Pflichttermin der Branche entwickelt. Zur mittlerweile sechsten Ausgabe zählte der Dekordrucker aus Arnsberg rund 200 Besucher aus mehr als 100 Unternehmen. Für 2013 sehen die Dekordesigner von Interprint unter anderem Uni-Dekore mit leuchtenden Akzentfarben im Kommen. Bei der Entwicklung der Farbtöne spielt auch das Internet eine wichtige Rolle.

Salvatore Figliuzzi präsentiert die neuen Interprint-Dekore und zeigt Beispiele von Kombinationsmöglichkeiten, wie hier mit der neuen Farbe „Meta“ und einem Kreativ-Design



Fotos: Krüger

Von Carsten Krüger

Schon nach außen hin demonstriert Interprint den neuen Slogan „Living in Contrasts“: Die Fassade des Design-Centers wurde eigens dafür umgestaltet. Der Showroom im zweiten Stock ist nach seiner Umgestaltung allerdings weniger für Show als für die interaktive Arbeit mit den Kunden prädestiniert. „Wir wollten keinen Showroom-Charakter, sondern vielmehr eine lockere und inspirierende Arbeitsatmosphäre schaffen“, erklärte Salvatore Figliuzzi, Direktor Marketing und Design. Dazu passt sicher der angenehme Geruch von Holz, den die Regal- und Präsentationselemente aus Seekiefer verströmen. Der Besucher fühlt sich wohl und ist offen für das, was da kommen mag. Kommen werden bei den Uni-Dekoren von Interprint leuchtende Akzentfarben, die allerdings nicht zu grell wirken. Für die Entwicklung der Palette haben sich die Arnsberger Designer intensiv mit den Farben des World Wide Web auseinandergesetzt und die dort gefundene Auswahl auf die Anforderungen der Möbeldesigner adaptiert. „Wir wollen eine Verbindung zwischen der virtuellen Welt und den Farben der Natur schaffen“, er-

läuterte Figliuzzi. Zu jedem Farbton gibt es die Entsprechung mit Perlmutteffekt. Als eine neue Hauptfarbe wurde das superdunkle Blau „Nocturno“ vorgestellt – als Kontrast zum immer aktuellen Weiß und als glänzende Ergänzung zu Schwarz sowie zum vor einem Jahr vorgestellten Matt-Farbton „Black Board“. „Ebenfalls ganz neu ist ‚Meta‘, ein Cognac-Ton, der die aktuellen Trends Rost, Kupfer und Braun quasi in einer Farbe vereint“, beschreibt Daniel Heitkamp vom Design- und Marketingteam eine weitere Neuheit im Uni-Bereich. Obwohl ebenfalls sehr farbtintensiv, eignet sich „Meta“ für harmonische Kombinationen mit einer Vielzahl unterschiedlicher Kreativ- oder Holzdekore, wo sich dieser Farbton mehr oder weniger „versteckt“ wiederfindet. Gleiches gilt im Übrigen auch für „Nocturno“, der damit ebenfalls ziemlich universell als Holz-Kontrast einsetzbar ist. Unter dem Motto „From Net to Nature“ lassen die Namen der neuen „Visual Perfect“-Unifarben ihre Herkunft erkennen: das Spektrum reicht von Gopal (Green) über Link (Blue) bis zum Index (Orange). Die Resonanz auf die neuen Farbtöne sei bei den Besuchern sehr gut gewesen, berichtete Pressesprecher Leo Bisping. „Die-

ses Feedback auf unsere Farbwelten zeigt auch, dass der Anteil von Farbe am Möbel steigen wird. Die Kombination von Holz und einer Farbe – dazu wird zweifellos in starkem Maße Weiß gehören – wird immer wichtiger. Aber auch die Akzentfarben werden im sprichwörtlichen Sinn neue Akzente setzen.“ Den Holzdekoren von Interprint ist gemeinsam, dass sie den natürlichen Charakter des Holzes noch weiter herausarbeiten – als Ebenbild der Natur sozusagen. Das gilt auch für die Färbung der Hölzer, wo der natürliche Farbton in all seinen Nuancen klar herausgearbeitet wurde. Nahezu für jede Holzart gibt es auch eine helle Farbe im Programm. Gleichzeitig wurden Merkmale „eingebaut“, um eine Wiedererkennung über bestimmte Charakteristika zu erreichen. „Unser Ziel war es“, so Figliuzzi, „das Rustikale eleganter zu machen. Wir bewegen uns definitiv weg vom Rustikalen.“ Die Holzdekore gehen über die Eiche in neuen Interpretationen hinaus – Holzstrukturen mit starkem Charakter sind gefragt: „Ausdrucksstarke, klare Formen und Wiedererkennungswert ziehen sich sozusagen als Charakter bildende Eigenschaften durch die aktuelle Kollektion“, fasste Figliuzzi zusammen.