



30.04.2015 11:50 Uhr

INTERZUM

"Wood Couture" und Co - die Top-Material-Trends

Natürlichkeit, Individualität und Authentizität, aber auch extremer Hochglanz- oder Ultramatt-Look kristallisieren sich als Top-Material-Trends im Segment "Materials & Nature" heraus. Präsentiert werden sie auf der Interzum, die vom 5. bis 8. Mai in Köln stattfindet. Auch zukunftsweisende Faktoren wie Nachhaltigkeit, Unifarben und Erdtöne haben, laut Umfrage der Koelnmesse, besondere Relevanz.

Diese Trendthemen kommen auch auf der Eventfläche "Materials & Nature" in Halle 6 zum Tragen. Denn hinter dem Piazza-Motto "Passion on Demand" stehen drei zentrale Ideen: die zunehmende Forderung nach nachhaltigen Produkten in der Möbelgestaltung und Innenarchitektur, die Realisierung emotionstragender Eigenschaften und nicht zuletzt der Trend zur Individualisierung als starker Antrieb für Neuentwicklungen, bei denen individuelle Kunden- und Designwünsche erfüllt werden.

Die Top-Trends im Detail: 1. Natürlichkeit.

Massivholz sieht die Franz Kolar GmbH auch weiterhin als Akzentsetzer im Möbeldesign. Marketingleiterin Dagmar Poindl beobachtet, dass der Rohstoff Holz heute wieder vermehrt verwendet wird. An die Überzeugungskraft der Natur glauben beispielsweise Egger, Imawell und das Säge- und Furnierwerk Mehling & Wiesmann. Das familiengeführte Unternehmen launcht "Silver Edition", da die Nachfrage nach sonnenverbranntem, silbergrau verwittertem Holz steigt, sowie das Label 'Trüffelbuche', ein pilzmodifiziertes Holz, das durch die Kräfte der Natur sein einzigartiges Furnier gewonnen hat. Auf historischem Altholz basieren die Europlac-Newcomer. Premiere feiert zudem "Wood Couture" - Mode aus rustikalem Holz. Lukasz Mrozik, Sales und Marketing Manager bei Bracia aus Polen, betont: "Diesen Trend gibt es schon seit Längerem, und er hat Bestand. Manche unserer Kunden wählen jetzt unsere natürlichen Produkte statt Folie." Wichtig wird die Zusammenführung von Optik und Haptik im Dekorbereich. Ein Trend, der mit neuen Strukturkollektionen bedient wird. So hat Impress Oberflächen-Anmutungen angekündigt, die mit der Haptik innovativer Lackoberflächen gekoppelt sind.

Trend 2: Individualität und Authentizität

Zu den Schattdecor-Trends gehört allen voran das Thema Authentizität: "Heute definieren sich Verbraucher nicht mehr über 'traditionelle' Merkmale wie Alter, Geschlecht, Herkunft oder

Einkommen, sondern über gemeinsame Interessen, Ideologien und Erfahrungen. Dabei ist eine tiefe Sehnsucht nach authentischen, sinnlichen Erlebnissen, ideellen Werten und Selbstverwirklichung von zentraler Bedeutung für moderne Konsumenten. Ihr Konsumverhalten spiegelt die zunehmende Notwendigkeit nach 'Echtheit' und Selbstausdruck wider und das hat beträchtliche Auswirkungen - vor allem auf uns als Individuen", erläutert das Unternehmen in seiner Interzum-Ankündigung. Individualität ist beispielsweise für Imawell durch Material- und Farbkombinationen sowie mutige Farbakzente zu erreichen. Als Dekordrucker sieht Reggiani Macchine aus Italien den digitalen Druck als wichtige Lösung, um personalisierte Kundenanfrage bestmöglich und flexibel zu erfüllen.

Trend 3: Von Hochglanz bis Ultramatt

Der Trend bei Oberflächen geht zum Hochglanz. So sieht es unter anderem Senosan für den Bereich Wohnen und Innenausbau. Acta Mobilier, Spezialist aus Frankreich für Fronten und deren Veredelung aus Frankreich, spricht darüber hinaus auch von dem anderen Extrem - nämlich ultramatten Fronten. Matte Oberflächen spielen nicht nur im Segment "Materials & Nature" eine Rolle, sondern auch im Bereich Function & Components.

Weiterführende Meldungen



"Interzum" und "Möbelfertigung":

["Wandel als Chance" der Workshop "Polster und Bedding"](#)

Die "textile Interzum" w¨chst und wird in diesem Jahr die schon sehr erfolgreiche Veranstaltung vor zwei Jahren deutlich ¨bertreffen.



Interzum Award 2015:

[Das sind die Preisträger](#)

Auf der Interzum trifft sich auch 2015 wieder die internationale Zuliefererbranche der M¨belindustrie und des Innenausbaus.

