

Boligindretnings- og printindustriens
rolle på markedet i dag

THINK DÉCOR

INTRODUKTION

Det europæiske
marked for
indretning i dag

PERSPEKTIV

De centrale trends, der
former indretningsbranchen

INDBLIK

Nye muligheder for
printleverandører



Canon

Indhold

03 INTRODUKTION

04 INDRETNING I DAG

06 INDRETNING I MORGEN

10 AT SKABE EN
OPLEVELSE VHA.
SENSORY MARKETING12 NYE
PRINT-TRENDS

14 DÉCOR BY DESIGN

16 FREMTIDEN
FOR INNOVATION

18 3D-PRINT

20 KONKLUSION

23 NYE TRIN



” Dekoration er indretning eller udsmykning af et rum med moderne eller smukke ting ”

”Virksomheder skaber en følelsesmæssig relation til deres forbrugere ved at fortælle en historie, som produktet eller servicen er en del af.”

Udenrigsministeriet, EU

Trends for boligindretning er under konstant forandring. Hvad end det er for virksomhedsindretning som for eksempel kontorer, butikslokaler og gæstesuiter eller til individuelle forbrugere, så bevæger disse trends inden for design sig i højere grad end nogensinde før mod større tilpasningsmuligheder, personlighed og dynamik, og i en europæisk økonomi, der kræver retten til selvudfoldelse, er det ikke overraskende.

Fra virksomheds- og industrimiljøer til de nyeste trends for hjemmeunderholdning vil væksten på markeder, der nu udforsker indretningsmæssige muligheder, løfte den industrielle printsektor til en omsætning på mere end 107 mia. dollar i 2020.¹

Think Décor vil se på de trends, der i øjeblikket former den europæiske indretningsindustri – lige fra forbrugerne og deres behov for individualitet eller presset fra en on demand-økonomi – og hvordan både brands og forbrugere er med til at definere dens vækst. Ved både at se på det aktuelle og fremtidige landskab vil det også fremhæve, hvordan udbydere af printservices eller ”print service providers” (PSP’ere) kan indtage diverse markeder med printløsninger ved at bruge dem til at skabe helt skræddersyede oplevelser. ○

1: The Future of Functional and Industrial Print to 2020, Smithers Pira, 2015

Indretning i dag

Den europæiske branche for indretning viser ingen tegn på afmatning, og det digitale printmarked vurderes til at nå 225 % af sin egen 2013-værdi på 120,9 mia. dollar i 2024.² Faktisk var nogle af de største vækstområder i designbranchen i sidste år tekstiler til tøj og indretning, emballage, tapeter og boligindretning.³

På tværs af flere forskellige brancher er vi besatte af tingenes udseende. Men når design er i centrum, er det vigtigt, at de praktiske overvejelser bag indretning, som målgruppe, funktionalitet og omkostninger ikke overses.



Tag fx indretning til **industrimiljøer**: Selvom det hovedsageligt bruges til at motivere og engagere travle medarbejdere, har vi også en forventning om, at det styrker mærkets identitet, samtidig med at det gør et indtryk på kunden. Branchen for funktionelt print og industriprint er beregnet til en værdi på 67 mia. dollar i 2015. Den vil opleve en betydelig stigning i de kommende år og nå op på mere end 107 mia. dollar i 2020. Printet indretningsmateriale og laminat, inklusive gulvbelægning, er en af de hurtigst voksende applikationer i denne branche,⁴ hvor digitalt print tilbyder den perfekte løsning. Fremstilling af materialer til interiørdesign bliver derfor en stadig mere tilgængelig niche for PSP'ere.



På samme måde er konkurrencen i **detailsektoren** drevet af ønsket om at beholde kunderne. Et godt eksempel på, hvordan design anvendes til at skabe en oplevelse, er i den dynamiske detailsektor, hvor fleksibilitet introduceres for at kunne forny områder, når det er nødvendigt. Fremkomsten af omni-channel-marketing har fået detailhandlere til at genoverveje deres tilgang til kundeoplevelser, hvor de nu søger en sammenhængende detailoplevelse på tværs af alle kanaler. Tendenserne i detailhandlen kan i sidste ende have stor betydning for efterspørgslen for printede skilte. Markedet for printet POS-materiale og skilte til detailhandlen forventes at nå 49,8 mia. dollar i 2020.⁵



Et andet eksempel er i **hotel- og restaurationsbranchen**, hvor et brand er overalt. Mens vi formentlig ikke mærker det lige med det samme, så bruges de små detaljer – fra dekorativ borddækning og restauranternes menukort til tapeter og paraplyer – til at fortælle et brands historie. Hvor visuelle indtryk hjælper med at skabe en medrivende oplevelse for forbrugerne, kan storformatprintere hjælpe PSP'ere med at føre deres kreative visioner ud i livet.



Når det kommer til **forbrugerne**, er fokus mere rettet mod at gøre hjemmet attraktivt. Vores behov for at have et rum, der viser, hvem vi er, med fx bløde møbler, tapeter, glas, keramik eller laminat, har været drivkraften bag vores investeringer i dybt personlige indretningslementer. Digitalt print blev fremstillet til forbrugernes tidsalder og markedet for boligindretning forventes at nå op på en omsætning på 644 mia. dollar i 2020.⁶ I Europa lå onlinemarkedet for boligindretning isoleret set på hele 30 mia. dollar i 2015.⁷ Med væksten for tilpassede boligindretningsprodukter og virksomheder over hele Europa – inklusive førende forhandlere som IKEA, vil vi sandsynligvis opleve yderligere vækst over de næste par år.

Mens den europæiske indretningsindustri er vokset væsentligt over de sidste fem år, er det de trends vi ser i dag, der vil forme den fremtidige vækst. O

2: The Future of Functional and Industrial Print to 2020, Smithers Pira, 2015

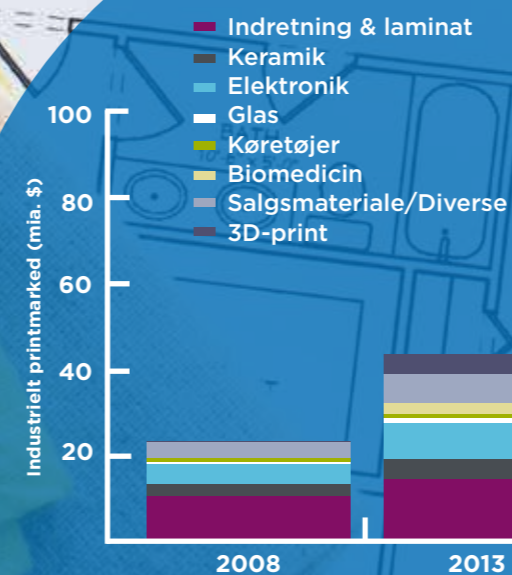
3: 'Global industry is upbeat for future', Print Week, 2015

4: Industrial Printing market to reach over \$103 billion by 2018, Smithers Pira, 2014

5: Printed PoS/signage market predicted to reach \$49.8 billion by 2020, Smithers Pira, 2015

6: Home Decor Market by Product - Global Opportunity Analysis and Industry Forecast 2014 - 2020, Allied Market Research, 2015

7: Home Decor Market by Product - Global Opportunity Analysis and Industry Forecast 2014 - 2020, Allied Market Research, 2015



Det industrielle printmarked efter produktanvendelse 2008-2018



Indretning i morgen

Mennesker er drevet af et behov for identitet. Vi ønsker at vise andre, hvem vi er. Væksten i velstand har styrket behovet for selvudfoldelse i en sådan grad, at forbrugerne nu søger at skabe deres egen brand-identitet – en personlighed, som de både anerkendes og huskes for.

Mens forbrugerne søger en følelse af at være unikke, søger brands at opretholde forbrugernes engagement og tilknytning. Indretningsvirksomheder reagerer på forbrugernes behov for individualitet ved at give dem mulighed for at designe deres egne produkter. Digitalt print matcher dette behov for skræddersyet service perfekt med løsninger, der ikke blot giver en platform for tilpasning, men også til en relativt lav pris og – nok endnu vigtigere – med korte produktionstider. Printleverandører og designere forstår vigtigheden af hurtig produktion og levering i dag. For eksempel inkorporerede møbeldesigner Brad Sewell den hurtige levering i selve designprocessen. Hans Campaign-møbelserie blev fremstillet sådan, at delenes størrelse, form og vægt passede til UPS' og FedEx's bestemmelser for fragt. Det muliggjorde hurtig og problemfri levering



” Inkjet vil skabe enorm værdi. Men for at inkjet bliver en succes i industrielle processer, er der behov for god ledelse fra både producenternes og kundernes side. Det er altafgørende, at det er de rigtige løsninger, der fremstilles. For industrielle storformatprint er det måske ikke så nemt, men den fleksibilitet, som inkjet giver producenterne, er indsatsen, investeringen og tiden værd. De, der tager chancen og investerer i inkjet nu, vil få en konkurrencemæssig fordel. ”

Marcus Timson, Medstifter, Inprint

samt nem montering. Ydermere sikrede det, at kunderne blev sparet for levering over flere dage.⁸

Det er vigtigt at være opmærksom på, at mens små kommercielle printvirksomheder i høj grad er rettet mod forbrugeroplevelser, er industriel printservice i højere grad rettet mod produktion og produktionsmetoder, hvilket forklarer, hvorfor implementeringen af digitale metoder i denne sektor har været langsommere. I dag er succesen for virksomheder som IKEA et udtryk for den solide vækst i semi-tilpasselig indretning på et individuelt niveau, mens udbydere af printservices som Print Foundry allerede udnytter det stigende behov for individualiserede print til indretning af boligen. Fremover kan vi forvente flere ændringer og skift, hvor især inkjet-print kan se frem til solid vækst.

Som med de fleste kommercielle printaktiviteter vokser digitalt prints indflydelse støt. I 2008 udgjorde inkjet mindre end 5 % af den industrielle printservice, i 2012 var det mere end 19 %, og i 2018 forventer Smithers Pira, at inkjet vil udgøre mere end 30 % af markedets værdi.⁹

Selv forhandlere som McDonalds appellerer til vores selvforståelse, ved at benytte sig af farverig grafik til omdannelse af deres butikker for at appellere til kunderne på forskellige måder.¹⁰ Mens brands fokuserer på koncepterne, er det PSP'ere, der realiserer visionen, ved at fremstille resultatet af det kreative med kunderne. Fra flyers og plakater til store reklameskilte, digitalt print leverer hurtigt, billigt og i høj kvalitet, hvilket dagligt hjælper virksomheder med at gennemføre succesfulde multi-channel marketingkampagner. >

// Digitalt print er en effektiv og nem måde at omsætte kreativitet til unikke projekter på. Det giver os mulighed for at udvikle eksklusive områder og personalisere steder som hoteller og restauranter. Uanset om vi skal skabe et unikt vægmaleri, tapet eller gennemsigtigt vindue, så benytter vi os af digitalt print til både kunstneriske og praktiske formål. //

Michael Berman, CEO for Schoos Design

Naturligvis er der en modstand mod den nyeste teknologi inden for indretning – mange industrielle printvirksomheder har investeret stort i analog printteknologi og ikke uden god grund. Til gulvfremstilling er digitalt inkjet-print ikke altid den mest praktiske løsning. Oplagene er enorme og kræver, at produktionens kvalitet er høj, for ikke at nævne kravene til det færdige produkt om robusthed og slidstyrke. Enhver ny teknologi skal arbejde hårdere for at blive accepteret af markedet, som foretrækker fortsat at gøre tingene på samme, velkendte måde, hvilket betyder, at en fuld transformation af printindustrien vil tage lang tid.

Ifølge undersøgelsen InPrint Décor Survey 2016 af anvendelse af indretning som fx keramik er den afgørende faktor for udnyttelse af digitalt print, at den hjælper en virksomhed til at blive mere effektiv og konkurrencedygtig. Det kreative potentiale er ikke altid nok, selvom det er vigtigt. Verden forandrer sig, og alle brancher producerer produkter i små oplag. Det skyldes ændringer i slutbrugernes krav. Den analoge printteknologi matcher ikke denne trend. Den gør den digitale. Når denne forståelse trænger igennem til alle virksomheder, der fremstiller gulve, vil de ønske at skifte til digital produktion for at levere fleksible produktionsmuligheder, da det sætter dem i stand til fortsat at være konkurrencedygtige og i sidste ende at spare penge. ○





Vi tilbringer
80 %
 af vores
 liv indendørs

At skabe en oplevelse vha. sensory marketing

"...i en verden hvor digitale enheder dominerer, ligger der et enormt potentiale i evnen til at kunne engagere forbrugerne med mere end bare at stimulere deres sanser med visuel eller auditiv marketing." – Marketing Week

Brands i detailhandlen begynder at forstå den sensoriske og psykologiske værdi af indretning, og mens sensory marketing stadig er i udviklingsfasen, har det allerede haft en dybtgående indflydelse på detailverdenen og hotel- og restaurationsbranchen.

Når vi gennemsnitligt tilbringer 80 procent¹¹ af vores liv indendørs, er det ikke så mærkeligt, at miljøet har så dramatisk en effekt på os. Hvad end det påvirker vores produktivitet, humør eller generelle velbefindende, så spiller vores omgivelser en kæmpe rolle. Og siden 2016 har eksperter spået en voldsom stigning i marketing med ekstra sensoriske oplevelser som 4Dcinema og video, og det forventes at tage fart i det næste årti.¹²

En naturlig følsomhed for vores omgivelser har tilskyndet folk til at søge miljøer med bestemte egenskaber. Fysisk komfort er et eksempel herpå, såsom steder med den rette temperatur samt fysiologisk komfort – steder, der er velkendte, men også giver den rette stimulans. Brands begynder nu at se vigtigheden af at stimulere alle fem sanser og at investere i multisensorisk marketingkampagner, hvor printløsninger spiller en rolle.

Et højt profileret eksempel på sensorisk reklame var McCains "smell-vertising"-kampagne, som de afviklede ved 10 busstoppesteder over hele Storbritannien, for at promovere deres Ready Made Jackets-produkt. 120 x 180 cm plakater ved busstoppesteder blev udstyret med 3D-kartofler af fiberglas, som med et tryk på en knap, blev varmet op og udsendte en duft af ovnbagt kartoffel. Plakaterne udleverede også rabatkuponer for at opfordre forbrugerne til at prøve virksomhedens færdiglavede kartofler: Ready Made Jackets.

Væksten af multisensoriske løsninger, der er tilgængelige til printere i dag, giver spændende muligheder for dem, der ønsker at skille sig ud fra mængden. Men mange tøver stadig med at udforske dette område, da de ikke ved hvor eller hvordan, de skal begynde. Men printleverandører, der er villige til at rådføre sig med eksperter på dette område og efterfølgende udvide deres udbud til også at omfatte multisensoriske løsninger, kan vise sig at blive rigt belønnede, blandt andet med muligheden for at arbejde på nogle virkelig fantastiske kampagner. ○

¹¹: Christine Piotrowski, Becoming an interior designer: A guide to careers in design
¹²: Top sensory marketing trends for 2016, Marketing Week, 2016

Nye print-trends

“ I kampen for fortsat innovation, bæredygtighed og smart indretning er digital teknologi en stærk katalysator. ”

Giora Elkeslasi,
Elkeslasi Surface Design

Eftersom udviklingen inden for indretning er i konstant forandring og går imod at udnytte mulighederne ved printteknologier optimalt, tager designere flere risici, når det kommer til boligindretning.¹³

Tag 3D-printet fiberoptik. Studerende M. Grossl brugte 3D-print til at skabe et modulært belysningsystem til boligindretning. Systemet bruger 3D-printede elementer til at danne modulære bikagestrukturer, der kan tilpasses til ethvert rum. Eller 3D-tapet. Designerne Kyra og Robertson Hartnett fra twenty2 har i samarbejde med New York art college, the Pratt Institute, produceret en række 3D-tapeter. Tapetet, der fås i fem stilarter, giver en 3D-effekt uden brug af særlige 3D-briller.

Et andet eksempel er personligt tilpassede vægpaneler til køkkenet. Designstudiet Complete Graphics har for nylig annonceret, at de tilbyder personalisering til deres kunder ved hjælp af digitalt print. Denne evolution er en del af det IDC beskriver som virksomhedens valg af digital transformation (DX) over det næste årti, hvilket med tiden vil føre til fremkomsten af en DX-økonomi. Tag israelske Elkeslasi Surface Design, der har gjort brug af digitale platforme til at forvandle deres workflows og givet designere mulighed for at eksperimentere med forskellige processer og teksturer og skabe en række unikke applikationer. Det omfatter brug af digital teknologi til at genopdage den gamle brug af intarsia - en proces fra det 16. århundrede, hvor kunstnere anvender et stykke finer i en struktur til at skabe designs og billeder.

IDC mener, at opgraderingen af digitale forretningsstrategier vil udgøre mere end halvdelen af virksomheders IT-udgifter fra 2016 og frem, og den voksende DX-økonomi vil blive en afgørende drivkraft via opskalering af digitale forsyningskæder og distributionskanaler. IDC forudser, at i 2018 vil mere end halvdelen af store virksomheder skabe og/eller samarbejde med industrielle cloud-platforme om opskalering af deres digitale forsynings- og distributionsnet.

Mens det er indlysende, at den europæiske indretningsbranche har en direkte effekt på print, har innovation i printteknologi lige så stor en effekt på selve designprocessen. ○

Twenty2, 3D-tapet
Billedkilde: <http://www.digitaltrends.com>



3D-objekter og -genstande

Hastigheden og præcisionen af 3D-print har haft stor indflydelse på interiørdesign. Fra pyntegenstande og legetøj til krus og containere. Muligheden for at skabe komplicerede modeller på et par timer har inspireret en bølge af talent.

Plakater og print

Unikke illustrationer tilføjer individualitet til et rum. Tilvæksten af online-kunstforhandlere, der printer efter bestilling, såsom Society 6, har båret en genopblomstring af selvstændig kunst til overkommelige priser.

Gulv

Printindustriens evne til at masseproducere designs har gjort det til den foretrukne metode til produktion af printet gulvbelægning og linoleum. Til skræddersyede projekter kan farverige mønstre printes på et underlag vha. digitalt print, som efterfølgende påføres en færdig overflade.

Vægbeklædning og tapet

Trykt vægbeklædning er perfekt til alle erhvervsrum, inklusive kontorer, butikker og caféer, og er perfekt til såvel spraglet grafik som til raffineret, tematisk eller forretningspræget branding.

Stof

Når det kommer til tekstiler påføres funktionalitet, inklusive coatings og aktive materialer, bedre og mere effektivt med digitalt print end med konventionelle metoder.

Décor by design

Udbydere af printservice kan i dag flytte grænserne for print og skabe unikke rum, der anvender de seneste muligheder inden for digital og 3D-printteknologi. Her ser vi på nogle af de mest almindelige applikationer, der kan bruges til at skabe et unikt miljø.

Innovations- processen

Storformatprintere

Verdens samlede marked for tekstildekoration, der har en værdi på 165 mia. dollar, er af FESPA og industrikonsulenter fra InfoTrends blevet udpeget som storformatindustriens mest interessante applikation. Sammen med markedet for dekorativt laminat, der har en værdi på 21,2 mia. dollar, og sektoren for vægbeklædning, der er 26 mia. dollar værd, giver det udbydere af storformatprint et væld af muligheder. Til gengæld kan storformatprint virkelig hjælpe med at imødekomme den massive efterspørgsel på individuelle løsninger, man ser i dag.

Digitalt print har ydet et grundlæggende bidrag til mulighederne for at individualisere et rum. Fordelene, såsom korte produktionstider og personalisering, gør det muligt både at tilbyde forbrugere og erhvervs kunder det unikke look, de søger til deres hjem eller virksomheder – fra miljøgrafik til hotellobbyer og butikslokaler til fremstilling af unikke byggematerialer som imiterede marmorpaneler til en brøkdel af prisen for ægte marmor.

Som det fremhæves i Canons Think Personal-rapport, har storformatprint også forenklet fremstillings- og produktionsprocesser, hvilket har optimeret produktiviteten og arbejdsgangenes kvalitet som aldrig før.

I dag er der ingen mangel på webbaserede løsninger for print-on-demand, der lader kreative kunder udtrykke sig selv på unikke måder. Desuden begynder der at vise sig nye links mellem fysiske og digitale produkter, som gør markedet mere dynamisk. Med web-to-print er det muligt for PSP'ere i alle størrelser at tilbyde personalisering som en service. Avanceret software gør det muligt at tilpasse produkter med billeder eller indhold uden at have en specialists færdigheder, hvilket understøtter den stigende trend omkring selvskabt indhold, hvor kunder nu fremstiller deres egne produkter.

For at understøtte væksten og ambitionen om at levere 124 mio. pund i forbedringer til hjem og ejendomme i Boston er Bolton at Home flyttet til to nye kontorer og har indgået aftale med designeren Stella Corral for at sikre, at interiørdesignet afspejler organisationens vision og ambitioner.

I samarbejde med Lintec Graphic Films og deres filmprodukt Vitrocolour, kunne Corral flytte grænserne for sin fantasi og levere et arbejdsmiljø med optimalt lys og rumlighed i kombination med den for deres arbejde nødvendige ro og diskretion.

Designteamet undersøgte en række forskellige printeffekter såsom udskæringer og mattede effekter blandet med sprudlende farver. Vitrocolour kan printes med lige de farver, du ønsker, hvilket giver ridebestandige, strålende og iøjnefaldende behandlinger til glasoverflader. Lystransmission, farve og placering kan alle varieres for at skabe skræddersyede behandlinger til ethvert rum. ○

14: www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prUS40552015 Nov, 2015

“ Hvert område af kontoret har sin egen stemning og farvepalet, hvilket skaber et forfriskende arbejdsmiljø. ”

Designer Stella Corral,
Lucentia Design,
enquiries@lucentia-design.com



Foto: Sara Porter
www.saraporterphotography.co.uk

3D-print

Fremkomsten af 3D-print har haft en gennemgribende effekt på flere forskellige sektorer. Gartner har forudset, at slutbrugerudgifter til 3D-printere globalt set forventes at vokse fra 1,6 mia. dollar i 2015 til omkring 13,4 mia. dollar i 2018 med print af personligt tilpassede boligindretningselementer som et af de områder, der forventes at bære udviklingen i følge PwC.

3D-print revolutionerer måden produktions- og ingeniørvirksomheder fungerer på og tilbyder en lang række muligheder for kreative industrier - især indretning. Som det fremgår af undersøgelsen i Canons Product Design-rapport, giver 3D-print store fordele for produkt-design-processen.

Det er yderst værdifuldt at kunne dele printede tidlige versioner af modeller for at undersøge markeds- og kundegodkendelse, afprøve innovative ideer og udføre mere hyppige test, for at undgå afvisninger senere i processen.

De bredere økonomiske konsekvenser af 3D-print er også væsentlige: en undersøgelse fra McKinsey Global Institute giver udtryk for, at effekten på verdensøkonomien kan blive på op til 550 mia. dollar om året i 2025.

I takt med at 3D-printere bliver stadig mere tilgængelige med relativt hurtige og billige processer, vil effekten på indretningsbranchen være uvurderlig. 3D-printere sætter designere i stand til at eksperimentere med nye kombinationer af materialer, nye former og strukturer, og det anvendes allerede i design og produktion af møbler, belysning og dekorative ornamenter i både erhvervsbyggeri og private boliger.

Belysningsdesigner, Robert Debanne, benytter 3D-print i et forsøg på at tænke ud over traditionelle printmetoder, hvilket giver ham værktøjerne til at belyse i mosaikker og geometriske mønstre i hvert af hans moderne designs.

Det er også en ideel proces til fremstilling af unikke, personaliserede objekter. ○

“ 3D-print sætter folk i stand til at personalisere alt - fra møbler til accessories. Vi vil gennemgå en forvandling fra at få designer til masserne, til at millioner af mennesker sammensætter egne designervarer efter personlig smag. ”

Janne Kyttänen, medstifter af det hollandske designstudie Freedom of Creation

Akustisk loft til et højteknologisk selskab:

Trykte aluminiumspaneler bøjet i U-form (lameller) brugt som akustisk løsning.
Elkeslasi Surface Design

Konklusion

At muliggøre produktion er en præstation – men at sælge er noget helt andet. Hvis digitalt printet indretning skal blive en succes, skal virksomheder være villige til at investere i og udvikle deres udbud med de rette services og rådgivning. Verden er i dag præget af personalisering og personlig tilpasning, og digitalt printet interiørdesign forvandler de rum, vi lever, arbejder og leger i – ingen vil drage større fordel af det end PSP'ere. Evnen til at levere noget unikt er allerede en game-changer, men evnen til at gøre det i større skala end nogensinde før, har revolutionerende potentiale.

Vi kender alle styrkerne ved printservices – at det kan bruges på flere måder i en lang række brancher, fra det første design til den endelige produktion. Mange PSP'ere bruger print på måder, der allerede passer til et stort antal materialer. Men mulighederne er praktisk talt uendelige og alle virksomheder burde undersøge, hvordan de kan bruge printløsninger til at løfte deres virksomhed og forbedre bundlinjen. ○

// Globale trends som bæredygtighed og genbrug fylder meget i indretningsindustrien i dag. Arkitekter og designere søger nye måder til at beskytte miljøressourcer og samtidig anvende naturligt udseende materialer som cement, rust, træ og marmor, og ny teknologi vil i stigende grad gøre uortodokse applikationer mulige. //

Gjora Elkeslasi, Elkeslasi Surface Design

David Tower Hotels vægbeklædning:
Printede kompositplader i aluminium,
Elkeslasi Surface Design



Næste trin

Lav din research

Hvis du er opmærksom på alle de omgivelser, du besøger, vil du blive forbløffet over potentialet for digital indretning. Vær opmærksom på, hvordan print bruges til at dekorere rum, og hvor meget af den indretning, vi ser i dag, der er printet digitalt.

Det er også vigtigt at overveje, hvilket område i din virksomhed, det passer bedst til. Forskellige dele af indretningsmarkedet har forskellige krav.

De kunne omfatte:

- Skabelse af unikke, værdifulde omgivelser for fx hoteller og restauranter
- Påvirkning af kundeoplevelser for fx detailhandel
- Præsentation af æstetiske og yderst funktionelle interiører fx i virksomheder og på hospitaler
- Personalisering og personlig tilpasning af fx butikslokaler

Vurdering af dine nuværende kapaciteter

Undersøg hvilke indretningsområder, der har de højeste digitale tilpasningsrater på dit marked. Er der lokale trends inden for indretning, som egner sig til digital vækst? Hvor populær er personalisering og tilpasning? Har forbrugerne tilstrækkelig adgang til det? Desuden skal du se på, hvilke kreative talenter du har i din virksomhed, og om der er andre talenter, som du har adgang til hos kunder og leverandører! Medieproducenter udvikler løbende nye materialer til disse voksende markeder, så hold kontakten med dine lokale leverandører, og etabler et forspring til konkurrenterne med adgangen til ny teknologi. Hvis du har eksisterende kunder, som du kan tilbyde indretningselementer, så er det den perfekte chance.

Overvej din teknologi

For at kunne drage fordel af den voksende on-demand-økonomi er der digitale workflows og processer, der skal etableres. Spørg dig selv, hvordan du kan kombinere din digitale printkapacitet med andre processer for at udvikle unikke, kreative tilbud. Det kunne for eksempel være analoge printprocesser eller 3D-print. Hvilke pre-press-workflows fra software til for- og efterbehandling kunne du undersøge eller bruge?

Værdifulde effekter kan skabes med teksturer fremstillet af mønstre i flere lag af blæk eller lak eller særlige efterbehandlingseffekter. Eksperimentér, og spræng rammerne for din kreativitet og dit printudstyr for at skabe inspirerende prøver til dine kunder. Husk, at originalitet er nøglen til inspiration.

Tag initiativ og vis vej

Sidst men ikke mindst: dekorér dine egne lokaler med digitalt print. Man fremviser kreativiteten, kvaliteten og applikationsmulighederne, som indgår i den tilbudte service, når man fremviser, hvad de kan. Tjek lokale design- og décorudstillinger for kreativ inspiration og koncepter, så du er på forkant med udviklingen.

Snak med Canon

Vores produktspecialister, Application Specialists og Account Managers står klar til at hjælpe. De repræsenterer en af industriens største porteføljer for printproduktion, fra roll-to-roll og beskæringsprinterne, UV Flatbed-printere og flatbed-beskæringsystemer til vandbaserede inkjet og unikke CrystalPoint og Single-pass-systemer. Vi kan hjælpe dig med at lære færdighederne til at flytte grænser for print og materialer og skabe fremragende tilbud til dine eksisterende eller potentielle printkunder. ○



Mikado Art
Printede Mikado-pinde i aluminium,
Elkeslasi Surface Design

Få større brancheindsigt –
abonnér på vores magasin
Think Digital til printindustrien
på www.canon.dk/thinkdigital

Du kan også følge os på
Twitter @CanonProPrintDK

Canon