

Die Bedeutung des Digitaldruckes
in der Inneneinrichtungsbranche

THINK DÉCOR

EINLEITUNG

Status quo der
europäischen
Inneneinrichtungsbranche

PERSPEKTIVE

Die prägenden Trends in
der Inneneinrichtung

EINBLICKE

Neue Chancen
für Druckdienstleister



Canon

Inhalt

03 EINLEITUNG

04 INNENEINRICHTUNG HEUTE

06 INNENEINRICHTUNG MORGEN

10 WIE SENSORISCHES MARKETING ERLEBNISSE KREIERT

12 NEUE TRENDS IM DRUCK

14 ABWECHSLUNGSREICHES INNENDESIGN

16 DIE ZUKUNFT DER INNOVATION

18 3D-DRUCK

20 SCHLUSSGEDANKEN

23 NEUE SCHRITTE



„ Unter Inneneinrichtung verstehen wir die Gestaltung oder Dekoration eines Raumes mit trendigen, schönen Dingen. “

„Unternehmen schaffen einen emotionalen Bezug zu ihren Kunden, indem sie Geschichten rund um ein Produkt oder einen Service erzählen.“

EU-Außenministerium

Was hierbei angesagt ist, ändert sich ständig. Ganz gleich, ob gewerblich genutzte Räume wie Büros, Ladenflächen, gastronomische Einrichtungen und Gästeunterkünfte oder aber privat genutzte Gebäude: der Wandel im Design verlangt nach Inneneinrichtungen, die anpassungsfähiger, persönlicher und dynamischer als jemals zuvor sind – vor dem Hintergrund einer europäischen Gesellschaft, die das Recht auf Selbstverwirklichung einfordert.

Von geschäftlichen und industriellen Anwendungen bis hin zu einer neuen Welle im Home-Entertainment-Sektor: Immer mehr Märkte entdecken dekorative Anwendungen für sich. Kein Wunder also, dass der Industriedrucksektor bis 2020 auf einen Wert von 107 Milliarden US-Dollar angewachsen sein wird.¹

Think Décor beleuchtet die Trends, die momentan die europäische Inneneinrichtungsbranche prägen: sei es nun der Verbraucher, der seinem Wunsch nach Individualität Ausdruck verleihen möchte, oder die On-Demand-Economy, die zunehmend Druck ausübt. Wir gehen der Frage nach, wie sowohl Marken als auch Konsumenten das Wachstum des Sektors mitgestalten. Mit einem Blick auf die aktuelle und die zukünftige Designlandschaft wird außerdem hervorgehoben, wie Druckdienstleister diesen vielgestaltigen Markt erschließen und mit ihren Lösungen ein wirklich maßgeschneidertes Kundenerlebnis schaffen können. ○

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

Inneneinrichtung heute

Die europäische Inneneinrichtungsbranche zeigt keinerlei Anzeichen von Schwäche. Bis 2024 soll der Digitaldruckmarkt 225% seines Wertes von 2013 in Höhe von 120,9 Milliarden US-Dollar erreicht haben.² Zu den wachstumsstärksten Bereichen innerhalb der Designbranche gehörten im vergangenen Jahr Textilien, Bekleidung, Dekoration, Verpackungen, Tapeten und Innenausstattung.³

Wir sind besessen von schönen Dingen, die toll aussehen, ganz gleich, um welche Branche es geht. Überall dort, wo Design die Hauptrolle übernimmt, sind jedoch unbedingt auch praktische Überlegungen zu treffen, so zum Beispiel, welche Zielgruppe man mit der Inneneinrichtung ansprechen möchte, welche Funktion diese haben soll oder wie hoch die damit verbundenen Kosten sind.

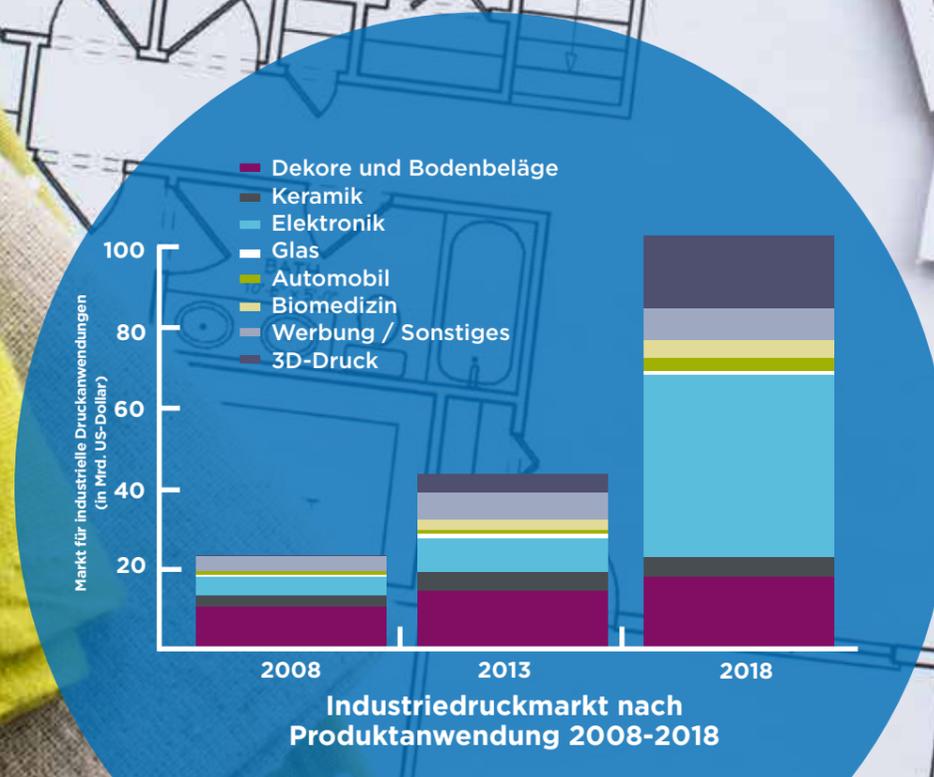
Nehmen wir beispielsweise die Inneneinrichtung von **Industriebetrieben**. Sollte diese zunächst vor allem die Belegschaft bei der Arbeit motivieren und einbeziehen, so erwarten wir mittlerweile auch, dass das Design die Identität einer Marke unterstreicht und gleichzeitig maximale Wirkung auf den Kunden erzielt. Der Wert des Sektors für funktionale und industrielle Drucklösungen wurde 2015 auf 67 Milliarden US-Dollar beziffert und wird wohl in den folgenden Jahren ein beachtliches Wachstum verzeichnen, sodass er 2020 mit mehr als 107 Milliarden US-Dollar zu Buche schlagen wird. Bedruckte Deko-Objekte und Bodenbeläge gehören mittlerweile zu den wachstumsstärksten Anwendungsbereichen in diesem Sektor⁴ und der Digitaldruck liefert dafür die perfekte Lösung. Immer mehr Druckdienstleister erschließen die Herstellung von Einrichtungsgegenständen als Nischensegment.

Auf ähnliche Weise wird der Wettbewerb im **Einzelhandel** getrieben vom Wunsch, die Kunden dauerhaft an das eigene Unternehmen zu binden. Ein tolles Beispiel dafür, wie Design zur Schaffung von Erlebnissen genutzt wird, ist das Konzept der flexiblen Ladengestaltung, mit dem der Handel seiner eigenen Schnelllebigkeit Rechnung tragen möchte. Dadurch kann die Warenpräsentation bei Bedarf jederzeit aufgefrischt werden. Das Aufkommen des Omni-Channel-Marketings hat Einzelhändler veranlasst, ihre Herangehensweise an die Schaffung von Kundenerlebnissen zu überdenken und sich um ein nahtloses Einkaufserlebnis zu bemühen, das sich über alle verfügbaren Kanäle erstreckt. Die Trends im Einzelhandel können die Nachfrage nach bedruckten Schildern letztlich enorm beeinflussen. Der weltweite Markt für bedruckte Schilder und Plakate für den POS sowie den Handel soll bis 2020 auf 49,8 Milliarden US-Dollar anwachsen.⁵

Ein weiteres Beispiel ist das **Gastronomie- und Gastgewerbe**, wo die Marke überall sichtbar ist. Manchmal vielleicht nicht auf den ersten Blick, aber in den kleinen Details, von dekorativen Tischdecken und ansprechend gestalteten Speisekarten bis hin zu passenden Wandverkleidungen und Stoffschirmen, entfaltet sich die ganze Geschichte einer Marke. Überall dort, wo die Werbebotschaft optisch aufbereitet und ein immersives Kundenerlebnis geschaffen werden soll, können Druckdienstleister mithilfe des Großformatdrucks kreative Visionen zum Leben erwecken.

Auch die **Verbraucher** selbst rücken in den Fokus der Designer, denn sie möchten ihre Wohnräume ebenfalls verschönert wissen. Die Räumlichkeiten, in die wir uns privat zurückziehen, sollen unsere Persönlichkeit widerspiegeln; Raumtextilien, Tapeten, Glas- und Keramikwaren oder Bodenbeläge zeigen, wer wir wirklich sind. Dieser Trend hat die Ausgaben für individualisierte Inneneinrichtungen deutlich anwachsen lassen. Der Digitaldruck wurde geschaffen für das Konsumzeitalter. Die Einnahmen auf dem weltweiten Markt für Wohndekoration sollen bis 2020 auf 644 Milliarden US-Dollar ansteigen.⁶ In Europa haben Online-Shops für Wohneinrichtungen allein im Jahr 2015 30 Milliarden Euro erwirtschaftet.⁷ Personalisierte Einrichtungsgegenstände werden in Europa immer beliebter, Einrichtungshäuser wie IKEA immer erfolgreicher. Vor diesem Hintergrund wird der Markt in den kommenden Jahren wohl weiterhin florieren.

Nachdem die europäische Inneneinrichtungsbranche in den letzten fünf Jahren deutlich zugelegt hat, wird ihr zukünftiges Wachstum vor allem von den Trends getrieben sein, die wir schon heute beobachten können. ○



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.



Inneneinrichtung morgen

Menschen sind getrieben von dem Wunsch, ihrer Individualität Ausdruck zu verleihen. Wir möchten klar definieren können, wer wir für unsere Mitmenschen sind. Ausgelöst wurde dieses Streben nach Selbstverwirklichung durch den gestiegenen Wohlstand. Verbraucher möchten heutzutage ihre eigene Markenidentität kreieren und sich als eine Persönlichkeit präsentieren, die von anderen anerkannt wird und in deren Gedächtnis bleibt.

Während sich aber Verbraucher um dieses Gefühl von Einzigartigkeit bemühen, sind Marken auf der Suche nach Möglichkeiten, um ihre Kunden dauerhaft an sich zu binden. Inneneinrichter werden dem Wunsch der Verbraucher nach mehr Individualität gerecht, indem sie ihnen die Chance geben, ihre eigenen Produkte zu entwerfen. Der Digitaldruck entspricht diesem Bedarf an maßgeschneiderten Services perfekt, denn er bietet mit seinen Lösungen eine Plattform für die Personalisierung an – zu relativ geringen Kosten und, was besonders wichtig ist, mit schnellen Lieferzeiten. Sowohl Druckereien als auch Designer sind sich bewusst, wie wichtig Zeit und Schnelligkeit in der heutigen Welt sind. Möbeldesigner Brad Sewell beispielsweise hat das Konzept der Zeit in seinem Designprozess berücksichtigt. Mit seinem Unternehmen Campaign entwirft er Möbelstücke, die sich aufgrund ihrer Größe, ihrer Form und ihres Gewichts ganz einfach per UPS und FedEx verschicken lassen. Dadurch verläuft die Lieferung problemlos und Kunden sparen Zeit, weil es nur einen statt mehrerer Liefertermine gibt. Auch das Zusammenbauen der Möbel ist ein Kinderspiel.⁸



„Der Inkjet-Druck sorgt für einen enormen Mehrwert. Damit der Inkjet-Druck aber bei jedem industriellen Prozess erfolgreich angewendet werden kann und die jeweils passende Lösung entwickelt wird, müssen sowohl die Hersteller als auch die Kunden selbst Verantwortung übernehmen. Für großvolumige industrielle Druckanwendungen erweist sich dies mitunter als schwierig, aber die Mühe sowie der finanzielle und zeitliche Aufwand lohnen sich durchaus, wenn man bedenkt, wie flexibel Hersteller mit dem Inkjet-Druck sind. Diejenigen, die das Potenzial des Inkjet-Drucks erschließen wollen, werden von enormen Wettbewerbsvorteilen profitieren.“

Marcus Timson, Mitbegründer von Inprint

Man sollte sich in diesem Zusammenhang unbedingt bewusst sein, dass der kleinvolumigere kommerzielle Druck sehr stark auf die Verbrauchererfahrung ausgerichtet ist, während beim Druck für Industrieranwendungen eher die Produktion und die Produktionsmethoden im Mittelpunkt stehen. Dies erklärt, warum der Digitaldruck in diesem Sektor langsamer Fuß fasst. Der heutige Erfolg von Unternehmen wie IKEA ist ein Beweis dafür, dass bis zu einem gewissen Umfang individualisierte Einrichtungsgegenstände im Privatbereich immer mehr zunehmen, während Druckereien wie The Print Foundry aus dem steigenden Wunsch nach personalisierten Ausdrucken zur Verschönerung von Wohnräumen bereits jetzt schon Kapital schlagen. In Zukunft stehen uns noch mehr Veränderungen bevor und die Situation am Markt wird sich noch weiter verschieben, wobei sich vor allem der Inkjet-Druck besonders gut entwickeln wird.

Wie die meisten gewinnorientierten Drucksektoren wird auch der Digitaldruck an Bedeutung zulegen. Im Jahr 2008 betrug der Anteil des Inkjet-Drucks am gesamten Industriedruckmarkt weniger als 5%. 2012 waren es bereits über 19% und für 2018 prognostiziert Smithers Pira dem Inkjet-Druck einen Marktanteil von über 30%.⁹

Selbst Anbieter wie McDonald's sprechen unser neu entdecktes Selbst an und gestalten ihre Filialen mit lebendigen Grafiken um, die jeder Kunde individuell wahrnimmt.¹⁰ Während Marken konzeptorientiert arbeiten, füllen Druckdienstleister die Vision mit Leben, indem sie kreative Werbematerialien erstellen, die die Interaktion mit dem Kunden anregen. Von Broschüren und Postern bis hin zu großen Anzeigentafeln: der schnelle, kostengünstige und hochwertige Digitaldruck unterstützt Unternehmen bei der Durchführung erfolgreicher Multichannel-Marketingkampagnen auf täglicher Basis. >

”

Der Digitaldruck bietet eine effiziente und einfache Möglichkeit, um unsere Kreativität in einzigartigen Projekten auszuleben. Wir können damit exklusive Bereiche schaffen und Veranstaltungsorte wie Hotels und Restaurants mit einer persönlichen Note versehen. Ganz gleich, ob ein individuelles Wandbild, eine Tapete oder ein transparenter Raumteiler benötigt wird, der Digitaldruck eignet sich sowohl für künstlerische Projekte als auch für praktische Anwendungsbereiche.

“

Michael Berman, CEO von Schoos Design

Natürlich ist innerhalb der Inneneinrichtungsbranche auf manchen Seiten auch ein gewisser Widerstand gegenüber den neuesten Technologien zu spüren – viele industrielle Druckereien haben umfassend in den Analogdruck investiert und das aus gutem Grund. Bei der Herstellung von Bodenbelägen beispielsweise ist der digitale Inkjet-Druck in der Praxis oftmals nicht die beste Lösung. Die Auflagenhöhen sind ebenso hoch wie die Qualitätsansprüche, ganz zu schweigen davon, dass das Endprodukt strapazierfähig und haltbar sein muss. Auf einem Markt, auf dem man gern an Gewohntem festhält, hat es jede neue Technologie noch schwerer als ihr Vorgänger, akzeptiert zu werden. Bis der Wandel im Industriedruck also komplett vollzogen worden ist, wird es noch einige Zeit dauern.

Laut einer Umfrage, die InPrint im Jahr 2016 in der Einrichtungsbranche durchführte, hängt die Entscheidung, ob der Digitaldruck beispielsweise für Deko-Objekte wie Keramik genutzt wird, vor allem davon ab, inwieweit Firmen damit effizienter und wettbewerbsfähiger werden können. Die kreative Komponente ist zwar wichtig, aber nicht das ausschlaggebende Kriterium. Die Welt verändert sich und in allen Branchen werden Produkte zunehmend auch in kleinen Chargen produziert. Verantwortlich dafür sind die sich ständig ändernden Bedürfnisse seitens der Verbraucher. Der Analogdruck allein spielt diesem Trend nicht in die Hände. Der Digitaldruck schon. Wenn Hersteller von Bodenbelägen diese Tatsache in ihrer vollen Bandbreite anerkennen, werden sie den Digitaldruck als eine flexible Produktionsmöglichkeit entdecken, die es ihnen erlaubt, wettbewerbsfähig zu bleiben und letztlich Geld zu sparen. ○





Wir verbringen
80%
 unseres Lebens
 in Innenräumen

Wie sensorisches Marketing Erlebnisse kreiert

„... in einer Welt, in der digitale Geräte die Oberhand haben, erweist sich eine Kundenansprache, die weit über das reine visuelle oder akustische Marketing hinausgeht und stattdessen alle Sinne anregt, als unglaublich wirkungsvoll.“ – Marketing Week

Handelsmarken verstehen zunehmend die psychologische Bedeutung von Inneneinrichtungen und deren Einfluss auf unsere Sinne. Das sensorische Marketing ist zwar noch ein relativ junger Trend, aber in der Welt des Einzelhandels sowie in der Gastronomie- und Gastgewerbebranche entfaltet es bereits nachhaltig seine Wirkung.

Angesichts der Tatsache, dass wir 80 Prozent¹¹ unseres Lebens in Innenräumen verbringen, wundert es nicht, dass unser Umfeld einen so dramatischen Effekt auf uns hat. Unsere Umgebung spielt eine enorme Rolle, beeinflusst sie doch unsere Produktivität, unsere Stimmung und unser allgemeines Wohlbefinden. Seit 2016 prognostizieren die Koryphäen der Branche einen Anstieg des Reality Marketings, wobei zusätzliche Sinneserfahrungen wie 4D-Kino oder Videos im Verlauf des nächsten Jahrzehnts kometenhaft in die Höhe schnellen werden.¹²

Die naturgegebene Empfänglichkeit für unser Umfeld hat uns Menschen veranlasst, uns bevorzugt in Umgebungen aufzuhalten, die bestimmte Eigenschaften erfüllen. Das körperliche Wohlbefinden ist ein gutes Beispiel hierfür. So sorgt die richtige Raumtemperatur für eine behagliche Atmosphäre. Auch die physiologische Komponente spielt eine Rolle. In Räumen, die uns vertraut sind und gleichzeitig die richtige Menge an Anreizen bieten, fühlen wir uns wohl. Marken erkennen zunehmend, wie wichtig die Ansprache aller fünf Sinne ist, und investieren in multisensorische Marketingkampagnen, bei denen Print eine große Rolle spielt.

Ein hochkarätiges Beispiel für sensorisches Marketing war die Outdoor-Kampagne von McCain, mit der das Unternehmen sein Produkt „Ready Made Jackets“ an 10 Bushaltestellen in Großbritannien bewarb und olfaktorisch die Aufmerksamkeit der Wartenden erregte. Auf den Plakaten an den Bushaltestellen war eine aus Fiberglas gefertigte dreidimensionale Ofenkartoffel zu sehen, die auf Knopfdruck warm wurde und zu duften begann. Neben dem sinnlichen Dufterlebnis bekamen die Wartenden zudem Gutscheine für das neue Produkt.

Die steigende Verfügbarkeit multisensorischer Lösungen für Druckereien ist eine tolle Chance für diejenigen, die sich gern von der Masse abheben möchten. Viele scheuen sich aber noch, diesen Bereich zu erschließen, weil sie nicht wissen, wo bzw. wie sie anfangen sollen. Druckereien, die aber bereit sind, sich von den Experten auf diesem Gebiet beraten zu lassen und ihr Angebot um multisensorische Lösungen zu erweitern, werden schon bald realisieren, dass ihre Bemühungen Früchte tragen. So ergibt sich daraus die Chance, an einigen wirklich innovativen Kampagnen mitwirken zu dürfen. ○

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



Neue Trends im Druck

„ Beim Rennen um die innovativsten, nachhaltigsten und smartesten Inneneinrichtungen erweist sich die digitale Technologie als echtes Erfolgsrezept. “

Giora Elkeslasi,
Elkeslasi Surface Design

In der Inneneinrichtungsbranche tauchen immer wieder neue Trends auf und werden weiterentwickelt, um aus den Fortschritten in der Drucktechnologie das Höchstmögliche herauszuholen. Vor diesem Hintergrund gehen Designer immer mehr Risiken ein, wenn es um die Raumgestaltung geht.¹³

Nehmen wir beispielsweise im 3D-Druck erzeugte Glasfasern. Der Student M. Grossl nutzte den 3D-Druck zur Herstellung eines modularen Beleuchtungssystems, das in Innenräumen installiert werden kann. Das System verwendet im 3D-Druck produzierte Elemente, die zusammen eine modulare Honigwabenstruktur bilden, die an alle Räume und Platzverhältnisse angepasst werden kann. Oder 3D-Tapeten. Die Designer Kyra und Robertson Hartnett von twenty2 haben gemeinsam mit dem Pratt Institute, einer führenden Kunsthochschule aus New York, eine Sonderkollektion von 3D-Tapeten entworfen. Die in fünf

verschiedenen Ausführungen erhältliche 3D-Tapete erzeugt einen 3D-Effekt ohne dass man dafür extra eine 3D-Brille aufsetzen muss. Ein weiteres Beispiel sind personalisierte Spritzschutzwände für Küchen. Das Designstudio Complete Graphics hat kürzlich angekündigt, seinen Kunden mittels Digitaldruck individuelle Produkte anbieten zu wollen. Diese Entwicklungen geschehen im Rahmen einer Trendwende, die IDC als „die unternehmerische Verpflichtung zur digitalen Transformation (DX) des nächsten Jahrzehnts“ beschreibt, welche wiederum zum Aufkeimen einer von der digitalen Transformation geprägten Wirtschaft führt. Als Beispiel sei Elkeslasi Surface Design, eine Firma aus Israel, genannt. Mithilfe digitaler Plattformen hat diese ihre Arbeitsweise grundlegend verändert und es ihren Designern ermöglicht, mit verschiedenen Prozessen und Texturen zu experimentieren. Entstanden ist dabei eine ganze Bandbreite einzigartiger Anwendungen. So wurde beispielsweise die Digitaltechnik genutzt, um der uralten Intarsienkunst zu neuer Blüte zu verhelfen. Bei dem

Verfahren aus dem 16. Jahrhundert werden auf einer Oberfläche verschiedene Hölzer so in- oder aneinander gelegt, dass dekorative Muster, Formen und Bilder entstehen. IDC geht davon aus, dass mehr als die Hälfte der IT-Ausgaben, die in den Unternehmen nach 2016 anfallen, der stärkeren Nutzung von digitalen Geschäftsstrategien zuzuschreiben sein werden, wobei die expandierende DX-Wirtschaft eine wichtige Triebkraft sein wird, weil sie den Ausbau digitaler Lieferketten und Distributionskanäle veranlasst. IDC prognostiziert weiterhin, dass bis 2018 mehr als die Hälfte aller Großunternehmen – entweder in Eigenregie oder gemeinsam mit einem Partner – Cloud-Plattformen eingerichtet haben werden, um ihre digitalen Liefer- und Distributionsnetze zu erweitern. Es ist offensichtlich, dass die europäische Inneneinrichtungsbranche einen direkten Effekt auf den Printsektor hat. Einen ebenso großen Einfluss, allerdings auf den Designprozess selbst, haben die Innovationen in der Drucktechnologie. ○

Twenty2, 3D-Tapete
Bildquelle: <http://www.digitaltrends.com>



3D-Objekte und Ornamente

Die Inneneinrichtungsbranche wurden enorm durch die Schnelligkeit und Präzision des 3D-Drucks beeinflusst. Von Ornamenten über Spielzeug bis hin zu Töpfen und Behältern: die Möglichkeit, höchst komplexe Gegenstände innerhalb weniger Stunden zu produzieren, hat ein beachtliches kreatives Potenzial entfesselt.

Poster und Drucke

Einzigartige Kunstwerke verleihen einem Raum eine individuelle Note. Das Aufkommen von Online-Kunsthändlern wie Society 6, die Auftragsdrucke zu einem günstigen Preis anbieten, hat das Interesse an der Kunst neu entfacht.

Bodenbeläge

Der Industriedruck eignet sich hervorragend für die Massenproduktion von Designs und Mustern. Kein Wunder, dass er sich bei der Herstellung bedruckter Boden- und Linoleumbeläge als das Verfahren allererster Wahl etabliert hat. Wer es individueller mag, kann sich mittels Digitaldruck lebendige Muster auf ein Trägermaterial aufdrucken lassen, das dann auf die veredelte Oberfläche aufgebracht wird.

Wandverkleidungen und Tapeten

Bedruckte Wandverkleidungen sind ideal für alle gewerblich genutzten Räume, darunter Büros, Geschäfte und Cafés. Sie eignen sich für auffallende Grafiken ebenso wie für subtile themen- oder unternehmensbezogene Markenbotschaften.

Stoffe

Wenn es um das Bedrucken von Textilien geht, so können bestimmte Beschaffenheiten wie Beschichtungen oder aktive Materialien mit dem Digitaldruck effizienter realisiert werden als mit herkömmlichen Methoden.

Abwechslungsreiches Innendesign

Druckdienstleister können heutzutage die bisher wahrgenommenen Grenzen von Print sprengen und einzigartige Räume schaffen, die sich die jüngsten Digitaldruck- und 3D-Drucktechniken zunutze machen. Hier einige der am weitesten verbreiteten Anwendungen, die sich für die Kreation individueller Umgebungen eignen.

Der Prozess der Innovation

Großformatdrucker

Der weltweite Markt für dekorative Textilien wurde mit einem Wert von 165 Milliarden US-Dollar von der FESPA und der Unternehmensberatung InfoTrends als der spannendste Wachstumssektor der Großformatbranche identifiziert. Gemeinsam mit dem Markt für dekorative Bodenbeläge (21,2 Milliarden US-Dollar) und dem Markt für Wandverkleidungen (26 Milliarden US-Dollar) bietet er Großformatdruckereien eine ganze Fülle an Möglichkeiten. Im Gegenzug kann der Großformatdruck dem heutzutage vorherrschenden Trend der Mass Customisation, also der kundenindividuellen Massenproduktion, gerecht werden.

Der Digitaldruck hat einen großen Anteil daran, dass Räumlichkeiten mittlerweile individuell gestaltet werden können. Aufgrund seiner Vorteile – dazu zählen beispielsweise die niedrigen Auflagenhöhen und die Möglichkeit zur Personalisierung – können sowohl Privatkunden als auch Firmen den Digitaldruck nutzen, um in ihrem Wohn- bzw. Arbeitsumfeld ein ganz eigenes Ambiente zu erreichen. Dabei finden verschiedenste Elemente Anwendung: von Schildern für Hotellobbys und Händler-Showrooms bis hin zu personalisierten Baumaterialien wie Wandverkleidungen aus Kunstmarmor, die zu einem Bruchteil der Kosten des echten Materials hergestellt werden können.

Wie im Canon Leitfaden „Think Personal“ hervorgehoben wird, hat der Großformatdruck auch Fertigungs- und Produktionsprozesse vereinfacht und kann die Produktivität und Qualität des Workflows in einem bisher nie gekannten Umfang optimieren.

Heutzutage werden webbasierte Print-on-Demand-Lösungen, mit denen kreative Kunden ihrer Identität auf einzigartige Weise Ausdruck verleihen können, in Hülle und Fülle angeboten. Darüber hinaus treten neue Vernetzungen zwischen physischen und digitalen Produkten zutage, die den Markt noch dynamischer werden lassen. Mit Web-to-Print können Druckdienstleister jeder Größe Personalisierung als Standard-Service anbieten. Durch Weiterentwicklungen im Software-Bereich ergeben sich zahlreiche Möglichkeiten für die Personalisierung von Produkten mit Bildern oder Inhalten, ohne dass dafür spezielle Fertigkeiten nötig wären. Auch dem Trend, seine eigenen Inhalte zu erstellen, wird damit Rechnung getragen, sodass Kunden mittlerweile ihre eigenen Produkte gestalten können.

Zur Unterstützung seines Wachstums und seines Ziels, 124 Millionen Pfund in die Renovierung von Wohnungen und Wohnsiedlungen in Bolton zu investieren, bezog Bolton at Home zwei neue Büros und beauftragte die Designerin Stella Corral, um sicherzustellen, dass das Innendesign auch wirklich die Vision und die Ambitionen des Unternehmens widerspiegelt.

Mithilfe der Folie Vitrocolour von Lintec Graphic Films konnte Corral die Grenzen ihrer Vorstellungskraft ausloten und eine Arbeitsumgebung mit optimalen Licht- und Platzverhältnissen schaffen, die dennoch genug Privatsphäre für die erforderlichen Tätigkeiten bot.

Das Designteam experimentierte mit verschiedenen Print-Effekten und kombinierte beispielsweise ausgeschnittene Bereiche, mattierte Elemente und kräftige Farben miteinander. Vitrocolour ist mit einer beliebigen Anzahl verschiedener Farben bedruckbar, besonders kratzfest und macht Glasflächen zu einem auffälligen Hingucker. Lichtdurchlässigkeit, Farbe und Positionierung lassen sich für individuelle Oberflächenbehandlungen variieren, um das Design dem Raum anzupassen. ○

„Jeder Bürobereich hat seine eigene Identität und Farbpalette. Das Resultat ist eine frische, anregende Arbeitsatmosphäre.“

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



3D-Druck

Der Siegeszug des 3D-Drucks hat einen nachhaltigen Einfluss auf eine Vielzahl von Sektoren. Gartner hat prognostiziert, dass die weltweiten Verbraucherausgaben für 3D-Drucker von 1,6 Milliarden US-Dollar im Jahr 2015 auf etwa 13,4 Milliarden US-Dollar im Jahr 2018 steigen werden, und laut PwC wird sich das individuelle Drucken von Heimdekorationen als eines der wichtigsten Anwendungsfelder für 3D-Drucker herauskristalisieren.

Der 3D-Druck revolutioniert die Arbeitsweisen von Fertigungs- und Maschinenbauunternehmen und eröffnet den Kreativbranchen, allen voran der Inneneinrichtungsbranche, vielfältige Chancen. Wie im Product Design Report von Canon erörtert wird, bringt der 3D-Druck dem Produktdesignprozess zahlreiche Vorteile.

Anhand gedruckter Prototypen kann bereits im Vorfeld bestimmt werden, inwieweit das Produkt vom Markt und von den Kunden angenommen wird. Das innovative Denken wird angeregt und durch regelmäßige Tests kann eine Ablehnung an späterer Stelle vermieden werden. Diese Pluspunkte sind für die gesamte Produktentwicklung von unschätzbarem Wert.

Auch die breiteren wirtschaftlichen Auswirkungen sind nicht zu verachten: Studien des McKinsey Global Institute haben ergeben, dass der Einfluss des 3D-Drucks auf die Weltwirtschaft bis 2025 auf bis zu 550 Milliarden US-Dollar

pro Jahr ansteigen könnte. Da 3D-Druck aufgrund seiner relativ kurzen Entwicklungszeit und kostengünstigen Fertigung immer mehr Nutzern zugänglich wird, sollte dessen Effekt auf die Inneneinrichtungsbranche nicht unterschätzt werden. Dank 3D-Druck können Designer mit neuen Materialkombinationen, neuen Formen und Strukturen experimentieren, und so wundert es nicht, dass die Technologie bereits bei der Gestaltung und Produktion von Möbeln, Lampen und Deko-Objekten sowohl für gewerbliche als auch private Zwecke zum Einsatz kommt.

Lichtdesigner Robert Debanne nutzt den 3D-Druck bei einer Ausschreibung, um über den Tellerrand traditioneller Drucktechniken hinauszudenken und seine modernen Entwürfe durch illuminierte Tessellierungen und geometrische Muster gekonnt aufzuwerten.

Auch für die Herstellung individueller Unikate eignet sich der Prozess perfekt. ○

”

Mit 3D-Druck werden wir irgendwann alles von Möbeln bis hin zu Accessoires personalisieren können. So vollziehen wir den Wandel von den wenigen Auserwählten, die für die breite Masse entwerfen, zu den vielen Millionen, die Designer-Stücke an ihren persönlichen Geschmack anpassen.

Janne Kyttäen, Mitbegründer des niederländischen Designstudios Freedom of Creation “

Akustikdecke für ein Hightech-Unternehmen:
Gedruckte Aluminiumplatten werden, in U-Form gebogen (Lamellen), als Akustiklösung genutzt. Elkeslasi Surface Design

Schluss- gedanken

Die Produktion zu ermöglichen ist die eine Sache, aber gleichzeitig Umsatz zu machen eine vollkommen andere. Damit die Inneneinrichtungsbranche den Digitaldruck erfolgreich erschließen kann, müssen Unternehmen bereit sein, mithilfe des richtigen Equipments und der richtigen Beratung in ihr Angebot zu investieren und dieses zu erweitern. In unserer heutigen, von Personalisierung und Individualisierung getriebenen Welt verändern digital bedruckte Einrichtungsgegenstände die Räume, in denen wir leben, arbeiten und unsere Freizeit verbringen. Druckdienstleister können wie niemand sonst von dieser Entwicklung profitieren. Die Fähigkeit, ein individuelles Produkt anbieten zu können, entscheidet bereits jetzt schon über Sieg oder Niederlage, aber wirklich revolutionär ist derjenige, der in der Lage ist, dies in einem breiteren Umfang als jemals zuvor zu tun.

Wir alle sind uns der Kraft von Print bewusst – und wissen, dass Print in jeweils verschiedener Form in den unterschiedlichsten Branchen, vom anfänglichen Entwurf bis hin zur endgültigen Produktion, seine Dienste erweist. Viele Druckdienstleister nutzen Print bereits auf eine Art und Weise, die sich auch auf viele andere Materialien übertragen lässt. Die Möglichkeiten sind aber praktisch endlos und alle Unternehmen sollten prüfen, inwieweit sie Print-Lösungen nutzen können, um ihr Unternehmen voranzubringen und ihr Geschäftsergebnis zu optimieren. ○

”

Globale Trends wie Nachhaltigkeit und Recycling sind in der heutigen Inneneinrichtungsbranche allgegenwärtig. Architekten und Designer sind auf der Suche nach neuen Möglichkeiten, um die ökologischen Ressourcen zu schonen. Gleichzeitig nutzen sie verstärkt natürliche Materialien wie Zement, rostiges Metall, Holz und Marmor. Vor diesem Hintergrund werden die Anwendungen immer ungewöhnlicher, ermöglicht durch die Weiterentwicklung von Technologien.

“

Giora Elkeslasi, Elkeslasi Surface Design

Wandverkleidung im David Tower Hotel:

Bedruckte Aluminiumverbundplatten,
Elkeslasi Surface Design



Die nächsten Schritte

Sammeln Sie Informationen

Wenn Sie jede Umgebung, in der Sie sich aufhalten, aufmerksam betrachten, werden Sie beeindruckt sein, welches Potenzial der Digitaldruck für die Inneneinrichtung bereithält. Schauen Sie genau hin, wie die einzelnen Räume mit bedruckten Objekten dekoriert wurden. Sie werden erstaunt sein, wie viele der Dekore tatsächlich digital bedruckt wurden.

Bei Ihren Beobachtungen sollten Sie nicht außer Acht lassen, in welchen Bereichen der Inneneinrichtungsbranche sich Ihr Unternehmen am wohlsten fühlt. Die verschiedenen Segmente haben natürlich auch unterschiedliche Anforderungen.

Ein paar Beispiele:

- In Hotels und Restaurants kommt es auf die Schaffung eines ganz bestimmten Ambientes an.
- Im Einzelhandel soll das Kundenerlebnis am POS positiv beeinflusst werden.
- Unternehmen und Krankenhäuser sind auf eine ästhetisch wirkende und hochfunktionale Inneneinrichtung angewiesen.
- Auf den Verbrauchermärkten zählen Personalisierbarkeit und Individualisierung.

Betrachten Sie die vorhandenen Kompetenzen

Welche Segmente des Inneneinrichtungsmarktes weisen in Bezug auf den Digitaldruck die höchste Akzeptanzquote auf? Gibt es in Ihrer Region Trends in der Inneneinrichtung, die das Wachstum digitaler Technologien begünstigen? Wie gefragt sind Personalisierung und Individualisierung? Haben die Verbraucher ausreichend Zugang zu den entsprechenden Angeboten? Und schließlich: Welche kreativen Köpfe versammeln Sie unter Ihrem Dach und welche Talente stehen Ihnen bei Ihren Lieferanten und Kunden zur Verfügung? Hersteller von Druckmedien entwickeln laufend neue Materialien für diese wachstumsintensiven Märkte. Sie sollten also unbedingt regelmäßig mit Ihren Lieferanten vor Ort in Kontakt sein, um Neuentwicklungen als einer der Ersten auszuprobieren und Ihren Wettbewerbern einen Schritt voraus zu sein. Wenn Sie Bestandskunden haben, die sich für Ihr Angebot im Bereich Inneneinrichtung interessieren, ist dies ein guter Ausgangspunkt, an den Sie unbedingt anknüpfen sollten.

Nehmen Sie Ihre Technologien unter die Lupe

Wer aus der wachstumsstarken On-Demand-Wirtschaft Kapital schlagen möchte, muss bestimmte digitale Workflows und Prozesse installiert haben. Überlegen Sie sich, wie Sie Ihre vorhandenen Kompetenzen im Digitaldruck mit anderen Verfahren kombinieren können, um einzigartige, kreative Angebote zu entwickeln. Das können beispielsweise analoge Druckprozesse oder der 3D-Druck sein. Welche Workflows aus der Druckvor- oder -endstufe, von der Software über die Vorbehandlung bis hin zum Finishing, können Sie beisteuern oder erschließen?

Durch das Auftragen mehrerer Schichten Tinte können beispielsweise bestimmte Texturen erzeugt werden. Auch mit Lackierungen oder speziellen Veredelungen werden wirkungsvolle Effekte erzielt. Experimentieren Sie, probieren Sie aus und wachsen Sie über sich hinaus. Sprengen Sie die Grenzen Ihrer eigenen Vorstellungskraft und Ihres Equipments, um mit Ihren Kreationen Ihre Kunden zu begeistern. Denken Sie daran: Wer inspirieren will, muss originell sein.

Gehen Sie mit gutem Beispiel voran

Schließlich sollten Sie auch Ihre eigenen Räumlichkeiten mit digital bedruckten Objekten dekorieren. Wie sonst könnten Sie die Kreativität, Hochwertigkeit und Bandbreite Ihres Serviceangebots besser demonstrieren als mit eigenen Anschauungsbeispielen? Nutzen Sie Design- und Inneneinrichtungs-messen in Ihrer Nähe als Inspirationsquelle und halten Sie dort Ausschau nach kreativen Ideen und Anregungen, damit Sie stets der Zeit voraus sind.

Sprechen Sie mit Canon

Unsere Produktspezialisten, Anwendungsexperten und Kundenbetreuer stehen Ihnen gern mit Rat und Tat zur Seite. Sie stehen stellvertretend für eines der größten Großformatportfolios in der Branche, das von R2R-Systemen und Bogendruckmaschinen über UV-Flachbett-drucker und Nachverarbeitungs-systeme bis hin zu wasserbasierten Tintenstrahl-druckern sowie unseren einzigartigen CrystalPoint- und Single-Pass-Systemen reicht. Mit unserer Hilfe eignen Sie sich die erforderlichen Fähigkeiten an, um die Grenzen von Druckanwendungen und -materialien zu verschieben und letztlich ein außergewöhnliches Angebot für Ihre Bestandskunden und Interessenten zu erarbeiten. ○



Mikado-Kunst

Bedruckte Mikadostäbe aus Aluminium,
Elkeslasi Surface Design

Sie möchten noch mehr Einblicke in die Branche erhalten? Dann abonnieren Sie Think Digital, unser Magazin für die Print-Community, unter www.canon-europe.com/thinkdigital

Unter Twitter @CanonProPrintDE können Sie unseren Dialog ebenfalls verfolgen.

Canon