

Interieurontwerp en de rol van print  
in de markt van vandaag de dag

# THINK DÉCOR

## INLEIDING

De huidige  
Europese markt  
voor interieur

## PERSPECTIEF

De belangrijkste trends op  
het gebied van interieur

## INZICHT

Ontdek de kansen voor  
Print Service Providers



Canon

## Inhoudsopgave

### 03 INLEIDING

### 04 INTERIEUR VANDAAG DE DAG

### 06 INTERIEUR VAN MORGEN

### 10 CREËER EEN BELEVING MET ZINTUIGLIJKE MARKETING

### 12 OPKOMENDE TRENDS OP HET GEBIED VAN PRINT

### 14 INTERIEUR ONTWERPEN

### 16 DE TOEKOMST VAN INNOVATIE

### 18 3D-PRINTEN

### 20 CONCLUSIE

### 23 NIEUWE STAPPEN



“Decoratie is het meubileren of versieren van een ruimte met mooie of modieuze dingen”

**“Bedrijven scheppen een emotionele band met hun consumenten door een verhaal te vertellen. Het product of de dienst is daar een onderdeel van”**

Ministerie van Buitenlandse Zaken, EU

Trends op het gebied van interieur en decoratie veranderen voortdurend. Of het nou gaat om interieurs in commerciële ruimtes in kantoren, winkelruimten en hospitality suites of om individuele consumenten, door deze trends op het gebied van design wordt er meer aanpassingsvermogen, personalisering en dynamiek vereist dan ooit tevoren.

Door de groei van de markten waarin momenteel decoratieve toepassingen worden verkend, van zakelijke en industriële omgevingen tot de nieuwe ontwikkelingen in home-entertainment, zal de industriële printsector meer dan \$ 107 miljard waard zijn in 2020.<sup>1</sup>

In Think Décor kijken we naar de trends op het gebied van interieur die de huidige Europese branche vormgeven – van de behoefte aan individualiteit onder consumenten tot de druk van een on-demand economie – en naar de manier waarop zowel merken als consumenten een bepalende rol spelen in de groei van de branche. We bekijken zowel het huidige als het toekomstige landschap en belichten hoe Print Service Providers (PSP's) deze diverse markt kunnen aanboren door geheel op maat printoplossingen te bieden waarmee een beleving gecreëerd kan worden. ○

<sup>1</sup>: The Future of Functional and Industrial Print to 2020, Smithers Pira, 2015

# Interieur vandaag de dag

**De interieurbranche is nog volledig op stoom, met een groei van 225% tot 2024 ten opzichte van haar waarde van \$ 120,9 in 2013.<sup>2</sup> Tot de snelst groeiende ontwerpsectoren behoorden vorig jaar textiel - voor kleding en interieurdecoratie - verpakkingen, behang en interieurs.<sup>3</sup>**

Het uiterlijk van dingen is onze passie, die zich uitstrekt over meerdere branches. Wanneer ontwerp op de voorgrond treedt, is het echter belangrijk dat de praktische overwegingen zoals doelgroep, functie en kosten niet over het hoofd worden gezien.

Neem bijvoorbeeld decoratie voor **industriële omgevingen**. Het heeft vooral als functie om drukbezet personeel te motiveren en aan te spreken, maar moet ook de identiteit van het merk versterken en tegelijkertijd indruk maken op de klant. De sector functioneel en industrieel printen was naar verluidt \$ 67 miljard waard in 2015 en zal de komende jaren aanzienlijk groeien, tot \$ 107 miljard in 2020. Geprinte interieurdecoratie en laminaat, waaronder vloeren, is momenteel een van de snelst groeiende toepassingen in deze sector<sup>4</sup> en digitaal printen biedt de perfecte oplossing. Toepassingen voor interieurdecoratie zijn een toegankelijke niche geworden voor PSP's.

Op dezelfde manier wordt concurrentie in de **detailhandel** gedreven door de wens om klanten te behouden. De hoge omloopsnelheid in de detailhandel is een goed voorbeeld van hoe ontwerp gebruikt wordt om een beleving te creëren. In deze branche is een concept van flexibiliteit geïntroduceerd, waarbij ruimtes worden vernieuwd wanneer het nodig is. Detailhandelaren werden door de opkomst van omni-channel marketing gestimuleerd om klantbeleving anders te gaan benaderen en proberen nu om over alle kanalen een naadloze winkelervaring te creëren. Trends in de detailhandel kunnen een enorme invloed hebben op de vraag naar geprinte signage. De wereldwijd geprinte POS en signage voor de detailhandel zullen naar verwachting goed zijn voor \$ 49,8 miljard in 2020.<sup>5</sup>

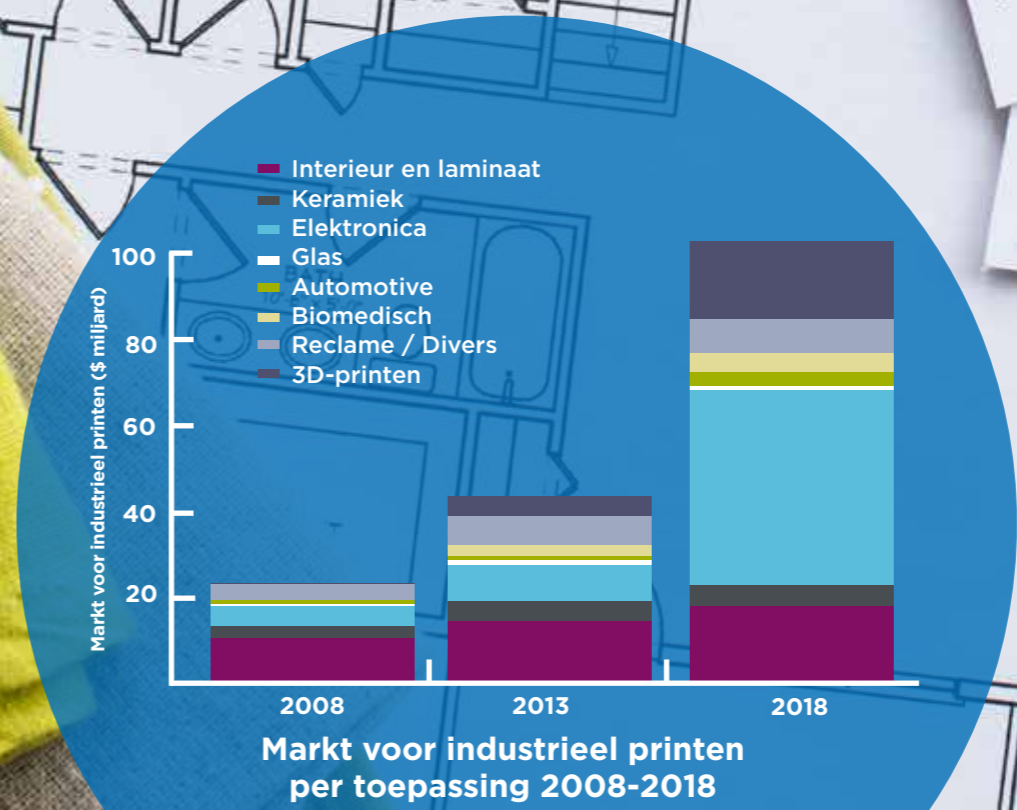
Een ander voorbeeld is de **horeca**, waarin een merk alom aanwezig is. Hoewel we het waarschijnlijk niet meteen beseffen, worden de kleine details - van decoratieve tafellakens en menukaarten tot wandbekledingen en stoffen paraplu's - allemaal gezamenlijk gebruikt om het verhaal van een merk te vertellen. Waar consumenten door visuele elementen kunnen worden ondergedompeld in de winkelervaring, kunnen PSP's met grootformaat printers een creatief visueel ontwerp tot leven brengen.

Voor **consumenten** gaat het erom hun huis aantrekkelijker te maken. Ons verlangen om een ruimte te hebben die staat voor wat wij zijn - of het nou met zacht meubilair, behang, glas, keramiek of laminaat is - is de drijvende kracht achter onze investeringen in een gepersoniseerd interieur. Digitaal printen is gemaakt voor het consumententijdperk: de wereldwijde markt voor interieurdecoratie zal naar verwachting \$ 644 miljard waard zijn in 2020.<sup>6</sup> De Europese markt voor de online verkoop van woninginrichting bracht alleen al in 2015 € 30 miljard op.<sup>7</sup> Getuige de opkomst van maatproducten voor woninginrichting en vooraanstaande bedrijven zoals IKEA in Europa, zal de groei van deze markt de komende jaren waarschijnlijk alleen maar toenemen.

De Europese interieurbranche is de afgelopen vijf jaar aanzienlijk gegroeid, maar de toekomstige groei zal worden vormgegeven door de trends die zich momenteel voordoen. ○



1: The Future of Functional and Industrial Print to 2020, Smithers Pira, 2015  
 2: 'Global industry is upbeat for future', Print Week, 2015  
 3: Industrial Printing market to reach over \$103 billion by 2018, Smithers Pira, 2014  
 4: Printed POS/signage market predicted to reach \$49.8 billion by 2020, Smithers Pira, 2015  
 5: Home Decor Market by Product - Global Opportunity Analysis and Industry Forecast 2014 - 2020, Allied Market Research, 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





# Interieur van morgen

“

Inkjet heeft een enorme toegevoegde waarde. Maar om inkjet succesvol toe te passen in een industrieel proces, moeten zowel fabrikanten als klanten het voortouw nemen om ervoor te zorgen dat de juiste oplossing wordt gecreëerd. Bij industrieel printen op grote schaal is dit niet eenvoudig, maar de flexibiliteit die inkjet biedt aan producenten is de moeite, tijd en investering waard. Wie nu de kans grijpt om in inkjet te investeren, krijgt een concurrentievoordeel.

Marcus Timson, medeoprichter van Inprint

”

**Mensen worden gedreven door een behoefte aan identiteit. We willen duidelijk kunnen definiëren wie we zijn voor anderen. De groeiende welvaart heeft de opkomst van zelfexpressie aangewakkerd en consumenten willen nu hun eigen identiteit creëren: een persoonlijkheid die door anderen erkend wordt en waardoor ze herinnerd worden.**

Terwijl consumenten op zoek zijn naar dit gevoel uniek te zijn, zoeken merken naar manieren om hen te blijven aanspreken. Interieurontwerperbedrijven voorzien in de behoefte van consumenten aan individualiteit door hun de mogelijkheid te bieden hun eigen producten te ontwikkelen. Digitaal printen is het perfecte antwoord op deze vraag naar services op maat, met oplossingen die niet alleen een platform voor maatwerk bieden, maar ook goedkoop zijn en – wat essentieel is – een snelle productietijd genereren. Printbedrijven en ontwerpers begrijpen en waarderen allebei hoe belangrijk tijd en snelheid tegenwoordig zijn. Meubelontwerper Brad Sewell bijvoorbeeld, heeft het concept 'tijd' onderdeel gemaakt van het ontwerpproces. Zijn meubelcollectie Campaign werd ontworpen om ervoor te zorgen dat de afmetingen, vormen en gewichten van de meubels in overeenstemming waren met regels van UPS en FedEx.

Dit maakt een probleemloze levering en eenvoudige plaatsing mogelijk en bespaart klanten het gedoe van meerdere leverdata.<sup>8</sup>

Kleinschalig commercieel printen is gericht op de beleving van de consument, terwijl industrieel printen sterker gericht is op productie en productiemethodes. Dit verklaart waarom digitale werkwijzen in deze sector minder snel zijn ingevoerd. Het succes van bedrijven als IKEA getuigen van de groei van deels op maat gemaakt interieur voor individuele personen, terwijl printbedrijven zoals The Print Foundry nu al verdienen aan de groeiende vraag naar geïndividualiseerde prints voor interieurdecoratie. In de toekomst kunnen we meer veranderingen en nieuwe ontwikkelingen verwachten en inkjetprinten zal het daarbij met name goed doen.

Zoals het meeste commerciële drukwerk wordt ook digitaal printen steeds belangrijker. In 2008 was inkjet goed voor nog geen 5% van het industriële drukwerk, in 2012 was dit meer dan 19% en in 2018 zal inkjet volgens Smithers Pira meer dan 30% van de waarde van de markt uitmaken.<sup>9</sup>

Zelfs een bedrijf als McDonalds spreekt ons gevoel aan en heeft zijn restaurants opnieuw vormgegeven met beelden die op verschillende manieren klanten aanspreken.<sup>10</sup> Terwijl merken zich richten op de concepten, brengen PSP's de beelden tot leven door creatief reclamemateriaal te produceren dat consumenten aanspreekt. Snel en digitaal printen op hoge kwaliteit, van folders en posters tot grootschalige reclameborden, helpt bedrijven iedere dag bij de uitvoering van succesvolle marketingcampagnes via meerdere kanalen. >

8: The On-Demand Economy Is Growing, and Not Just for the Young and Wealthy, Harvard Business Review, 2016  
9: Smithers Pira, The Future of Industrial Decoration and Printing to 2018  
10: Large format vinyl wall coverings are omnipresent, FESPA, 2012

“

Digitaal printen is een efficiënte en gemakkelijke manier om creativiteit te vertalen in unieke projecten. Het stelt ons in staat om exclusieve ruimten te creëren en gelegenheden als hotels en restaurants te personaliseren. Digitaal printen, of het nou gaat om een wandafbeelding, behang of een raamfolie, heeft zowel artistieke als praktische toepassingen.

**Michael Berman, CEO van Schoos Design** ”

Natuurlijk is er in de interieurbranche ook hier en daar weerstand tegen de nieuwste technologie: veel industriële printbedrijven hebben veel geïnvesteerd in analoog printen en dat is ook niet voor niets geweest. Voor de productie van vloerbedekking bijvoorbeeld, is digitaal inkjetprinten vaak niet de meest praktische oplossing. De oplages zijn heel groot, de vraag naar kwaliteit heel hoog en daarnaast moet het eindproduct stevig en duurzaam zijn. Nieuwe technologie vindt niet zo makkelijk ingang in een markt waarin men alles het liefst doet zoals het al gaat, wat betekent dat een volledige transformatie voor industrieel printen tijd zal kosten.

De belangrijkste reden om gebruik te maken van digitale printtechnieken voor interieurtoepassingen zoals keramiek, is volgens het InPrint Décor Survey 2016 dat deze worden geacht een bedrijf efficiënter en competitiever te maken. Het creatieve potentieel is weliswaar belangrijk maar niet altijd voldoende. De wereld verandert en in alle industrieën worden producten in kleine partijen vervaardigd. Dit komt voort uit het feit dat de vraag van de eindconsument vaak verandert. Analoog printen biedt geen antwoord op deze trend. Digitaal printen wel. Wanneer dit besef volledig is doorgedrongen bij producenten van vloerbedekking, zullen ze willen overstappen naar digitaal, zodat ze flexibele productieopties kunnen aanbieden. Zo blijven ze competitief en besparen ze uiteindelijk geld. ○





We brengen  
**80%**  
van ons leven  
binnenshuis door

# Creëer een beleving met zintuiglijke marketing

**“...in een wereld waarin digitale apparaten dominant zijn, kunnen consumenten worden aangesproken door hun zintuigen te stimuleren op een manier die verder gaat dan visuele of audioreclame. Dit heeft een enorm potentieel.” - Marketing Week**

Detailhandelsmerken zijn het zintuiglijke en psychologische belang van interieur pas aan het ontdekken. Zintuiglijke marketing is een nog groeiende trend, maar heeft nu al een grote invloed op de detailhandel en horeca.

Het is geen wonder dat onze omgeving zo'n sterk effect op ons heeft, want we brengen meer dan 80 procent<sup>11</sup> van ons leven binnenshuis door. Onze omgeving speelt een enorme rol en heeft invloed op onze productiviteit, stemming en ons hele welzijn. Experts voorspellen sinds 2016 dat reality marketing sterk in opkomst zal komen, waarbij met name toegevoegde zintuiglijke ervaringen zoals 4D-film en -video de komende tien jaar zullen exploderen.<sup>12</sup>

Een natuurlijke gevoeligheid voor onze omgeving stimuleert mensen om op zoek te gaan naar een omgeving met bepaalde kenmerken. Voorbeelden hiervan zijn fysiek comfort, zoals een ruimte met de juiste temperatuur, en fysiologisch comfort, een ruimte die vertrouwd is maar ook de juiste hoeveelheid stimulansen biedt. Merken beginnen nu te ontdekken hoe belangrijk de verrijking van alle vijf de zintuigen is en investeren in multisensorische marketingcampagnes waarin printoplossingen een rol spelen.

Een in het oog springend voorbeeld van zintuiglijke reclame is de “smellvertising”-campagne van McCain, die plaatsvond bij tien bushaltes in het VK ter promotie van het product Ready Made Jackets. Bij bushaltes werden posters op zes vellen voorzien van gepofte aardappels van 3D-glasvezel, die na een druk op een knop opwarmden en de geur van een in de oven gebakken aardappel afgaven. De posters gaven ook kortingsvouchers om klanten aan te moedigen Ready Made Jackets uit te proberen.

Het groeiende aantal multisensorische oplossingen waarover printbedrijven momenteel beschikken, biedt interessante mogelijkheden voor mensen die willen opvallen. Veel mensen twijfelen echter nog, omdat ze niet weten waar of hoe ze moeten beginnen. Maar printbedrijven die bereid zijn om advies in te winnen bij experts op dit gebied om hun aanbod uit te breiden naar multisensorische oplossingen, kunnen hiervoor rijkelijk worden beloond, onder andere door mee te werken aan werkelijk innovatieve campagnes. ○

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

# Opkomende trends in print

“

Digitale technologie kan een uitermate krachtige bijdrage leveren in de race naar meer innovatief, duurzaam en slim interieur.

Giora Elkeslasi,  
Elkeslasi Surface Design ”

## Trends in interieurdecoratie veranderen voortdurend om optimaal gebruik te maken van de vooruitgang in printtechnologie. Ontwerpers nemen dan ook meer risico's bij het vormgeven van interieurs.<sup>13</sup>

Neem bijvoorbeeld 3D-geprint glasvezel. Student M. Grossl gebruikte 3D-printen om een modulair lichtstelsel te creëren voor gebruik binnen interieuromgevingen. Het systeem maakt gebruik van 3D-geprinte onderdelen om een modulaire honingraatstructuur te vormen die kan worden aangepast om in iedere ruimte te passen. Of neem 3D-behang. Ontwerpers Kyra en Robertson Hartnett van Twenty2 hebben samengewerkt met een New Yorkse kunstacademie, het Pratt Institute, om een zorgvuldige collectie van 3D-behang samen te stellen. Het behang is beschikbaar in vijf stijlen en geeft een 3D-effect zonder dat er speciale 3D-brillen nodig zijn.

Een ander voorbeeld is de spatwand in de keuken. Ontwerpstudio Complete Graphics kondigde onlangs aan personalisering aan klanten te gaan aanbieden door middel van digitaal printen. Deze ontwikkelingen maken deel uit van wat IDC beschrijft als de toewijding van ondernemingen aan de digitale transformatie (DX) in de komende tien jaar, wat uiteindelijk zal leiden tot de opkomst van een DX-economie. Neem het Israëlische bedrijf Elkeslasi Surface Design. Het gebruik van digitale platformen heeft de werkwijze van dit bedrijf getransformeerd en klanten in staat gesteld om te experimenteren met verschillende processen en texturen om een serie unieke toepassingen te creëren. Met digitale technologie werd onder andere de aloude kunst van de marquerie herontdekt - een 16e-eeuws proces waarbij de kunstenaar stukjes finer aanbracht op een structuur om decoratieve patronen, ontwerpen en afbeeldingen te maken.

IDC voorziet dat de uitbreiding van digitale bedrijfsstrategieën meer dan de helft van de ICT-uitgaven van ondernemingen na 2016 zal uitmaken. De groeiende DX-economie speelt daarmee een cruciale, aanjagende rol in de opschaling van digitale toeleveringsketens en distributiekanaalen. IDC voorspelt dat in 2018 meer dan de helft van de grote bedrijven een cloudplatform zal creëren of met een cloudplatform zal samenwerken om hun digitale toeleverings- en distributienetwerken op te schalen.

Hoewel het duidelijk is dat de Europese interieurbranche een direct effect heeft op print, heeft de innovatie in printtechnologie een even grote impact op het ontwerpproces zelf. ○

Twenty2, 3D-behang  
Bron afbeelding: <http://www.digitaltrends.com>



**3D-objecten en ornamenten**

De snelheid en precisie van 3D-printen hebben interieurontwerp sterk beïnvloed. De mogelijkheid om binnen enkele uren zeer complexe modellen te maken, van ornamenten en speelgoed tot potten en kisten, heeft vele getalenteerde mensen geïnspireerd.

**Posters en prints**

Unieke kunst biedt een ruimte meer persoonlijkheid. De opkomst van online kunsthandelaren die op bestelling printen, zoals Society 6, heeft een hernieuwde opkomst van onafhankelijke kunst voor een betaalbare prijs mogelijk gemaakt.

**Vloeren**

Dankzij de mogelijkheid van industrieel printen om ontwerpen massaal te produceren, is dit de uitgelezen methode geworden om geprinte vloerbedekking en linoleum te produceren. Voor meer gepersonaliseerde projecten kunnen levendige patronen door middel van digitaal printen worden aangebracht op een substraat, dat vervolgens op het afgewerkte oppervlak wordt aangebracht.

**Wandbekleding en behang**

Geprinte wandbekleding is ideaal voor alle commerciële ruimtes, zoals kantoren, winkels en cafés. Het is ook perfect voor impactvolle afbeeldingen, subtiele branding voor bedrijven, enzovoort.

**Stof**

Voor textiel kunnen functionaliteiten zoals coating efficiënter worden aangebracht met digitale print dan met conventionele methodes.

# Interieur ontwerpen

Print Service Providers (PSP's) kunnen de grenzen van print verleggen en de nieuwste digitale en 3D-printtechnologie benutten om unieke ruimtes te creëren. Hier kijken we naar enkele van de meest gebruikte toepassingen voor het creëren van een gepersonaliseerde omgeving.



# Het innovatieproces

## Grootformaat printen

De wereldwijde markt voor decoratief textiel ter waarde van \$ 165 miljard is door FESPA en het consultancykantoor InfoTrends aangemerkt als de interessantste groeiende toepassing in de grootformaat branche. Samen met de markt voor decoratief laminaat ter waarde van \$ 21,2 miljard en de behangbranche ter waarde van \$ 26 miljard, biedt deze markt volop kansen voor leveranciers van grootformaat printtoepassingen. Grootformaat printen heeft echt iets te bieden in antwoord op de vraag naar massapersonalisatie.

Digitaal printen heeft een fundamentele bijdrage geleverd aan de mogelijkheden om een ruimte te individualiseren. De voordelen, zoals kleine oplagen en personalisering, stellen zowel consumenten als zakelijke klanten in staat om een unieke uitstraling te creëren in hun huis of bedrijfspand, van omgevingsafbeeldingen voor hotellobby's en showrooms tot gepersonaliseerde bouwmaterialen zoals marmeren muurpanelen, voor een fractie van de kosten van het echte werk.

Zoals in het Think Personal-rapport van Canon is aangestipt, zijn dankzij grootformaat printen ook de fabricatie- en productieprocessen vereenvoudigd en wordt de productiviteit en kwaliteit van de workflow als nooit tevoren geoptimaliseerd.

Het ontbreekt ontwerpers tegenwoordig niet aan web-based, print-on-demand oplossingen waarmee ze zich op unieke manieren kunnen uiten. Daarnaast ontstaan er nieuwe koppelingen tussen fysieke en digitale producten die de markt nog dynamischer maken. Met web-to-print kunnen PSP's van iedere omvang personalisatie aanbieden als een dienst. Dankzij geavanceerde software kunnen producten met afbeeldingen of content zonder specialistische vaardigheden op maat worden gemaakt. Dit ondersteunt de groeiende trend van zelfbeheerde content, waarbij klanten nu hun eigen producten kunnen ontwerpen.

**Ter ondersteuning van zijn uitbreiding en zijn ambitie om voor £ 124 miljoen verbeteringen aan woningen en onroerend goed in Bolton te verzorgen, verhuisde Bolton at Home naar twee nieuwe kantoren en stelde het bedrijf de ontwerpster Stella Corral aan om ervoor te zorgen dat het interieur de visie en ambities van de organisatie weerspiegelde.**

**Corral werkte met Lintec Graphic Films en diens Vitrocolour-folie, en kon daarmee de grenzen van haar verbeelding verleggen en een optimale werkomgeving van licht en ruimte creëren met de privacy die hun werk vereiste.**

**Het ontwerpsteam heeft allerlei verschillende printeffecten onderzocht, zoals het uitsnijden van bepaalde delen, matte eigenschappen en een gedurfd gebruik van kleur. Vitrocolour kan met allerlei kleuren worden bedrukt, waardoor ontwerpers krasbestendige, levendige en opvallende glasoppervlakbehandelingen kunnen bedenken. Lichttransmissie, kleur en positionering kunnen allemaal gevarieerd worden voor een behandeling op maat die is afgestemd op de aard van de ruimte. ○**

“

Elk gebied in de kantoren heeft een andere uitstraling en kleurenpalet, wat een verfrissende werksfeer creëert.

”

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



# 3D-printen

**De opkomst van 3D-printen heeft een grote impact gehad op diverse sectoren. Gartner heeft voorspeld dat de wereldwijde bestedingen aan 3D-printers door eindgebruikers zullen stijgen van \$ 1,6 miljard in 2015 naar ongeveer \$ 13,4 miljard in 2018, waarbij PwC voorspelt dat het gepersonaliseerd printen van huisdecoraties een van de belangrijkste opkomende gebruikstoepassingen zal zijn.**

3D-printen betekent een revolutie van de manier waarop technische en productiebedrijven werken en biedt tal van kansen aan de creatieve industrieën, met name voor interieurdecoratie. Zoals uitgelicht in het Product Design-rapport van Canon levert 3D-printen grote voordelen op voor het productontwerpproces.

Het is van onschatbare waarde om gedrukte pre-prototypemodellen ter goedkeuring te kunnen voorleggen aan de markt en klanten, innovatieve ideeën te kunnen verkennen en vaker te kunnen testen om latere afwijzingen te voorkomen.

De bredere economische implicaties van 3D-printen zijn ook aanzienlijk: onderzoek van het McKinsey Global Institute wijst uit dat het tegen 2025 een impact op de wereldwijde economie kan hebben van wel \$ 550 dollar per jaar.

Aangezien 3D-printers steeds beter toegankelijk worden dankzij relatief snelle en goedkope processen, kan de impact op de interieurbranche niet onderschat worden. Dankzij 3D-printen kunnen ontwerpers experimenteren met nieuwe combinaties van materialen, nieuwe vormen en structuren. Het wordt zelfs al gebruikt bij het ontwerpen en produceren van meubels, verlichting en decoratieve ornamenten in zowel commerciële als huishoudelijke omgevingen.

Lichtontwerper Robert Debanne gebruikt 3D-printen om voorbij de grenzen van het traditionele drukwerk te denken. Daarmee heeft hij de gereedschappen in handen om mozaïeken en geometrische patronen in al zijn moderne ontwerpen te verlichten.

Het is ook een ideaal proces voor het maken van eenmalige gepersonaliseerde artikelen. ○

“

3D-printen geeft de mogelijkheid om alles te personaliseren wat je maar wilt, van meubels tot accessoires. We maken een overgang mee van een situatie waarin enkele mensen ontwerpen voor de massa, naar een situatie waarin miljoenen mensen ontwerpstukken naar eigen smaak personaliseren.

”

**Janne Kyttänen, mede-oprichter van de Nederlandse ontwerpstudio Freedom of Creation**

**Akoestisch plafond voor een hightechbedrijf:**  
Gedrukte aluminiumpanelen gebogen in U-vormen (lamellen) en gebruikt als akoestische oplossing. Elkeslasi Surface Design

# Conclusie

Productie mogelijk maken is één ding, maar resultaat behalen in de verkoop is een tweede. Om digitaal geprinte interieurs succesvol te maken, moeten bedrijven bereid zijn om te investeren in hun aanbod en dit uitbreiden met de juiste apparaten en het juiste advies. In de gepersonaliseerde wereld van vandaag transformeert het digitaal printen van interieur de ruimten waarin we leven, werken en spelen, en niemand kan hier meer van profiteren dan PSP's. De mogelijkheid om dingen op maat te leveren, is al een echte doorbraak, maar het vermogen om dit op een grotere schaal te doen dan ooit tevoren, kan revolutionair zijn.

We kennen allemaal de kracht van print, namelijk dat het op meerdere manieren in een verscheidenheid aan industrieën kan worden gebruikt, van het eerste ontwerp tot de eindproductie. Veel PSP's gebruiken print al op manieren die toegepast kunnen worden met vele verschillende materialen. Maar de mogelijkheden zijn praktisch eindeloos en alle bedrijven zouden moeten onderzoeken hoe ze printoplossingen kunnen gebruiken om hun bedrijf naar een hoger plan te tillen en winstgevender te maken. ○

“

Wereldwijde trends zoals duurzaamheid en recycling zijn volop aanwezig in de hedendaagse interieurbranche. De zoektocht van architecten en ontwerpers naar nieuwe manieren om natuurlijke hulpbronnen te beschermen en tegelijkertijd gebruik te maken van natuurlijke materialen zoals cement, roest, hout en marmer, zal door de ontwikkeling van technologieën meer onorthodoxe toepassingen mogelijk maken.

Giora Elkeslasi, Elkeslasi Surface Design ”

**Wandbekleding David Tower Hotel:**

Gedrukte composietpanelen van aluminium,  
Elkeslasi Surface Design

# Volgende stappen

## Doe onderzoek

Als u zich ervoor openstelt, zult u in elke omgeving waarin u zich begeeft, verbazingwekkend veel mogelijkheden ontdekken voor het digitaal printen van interieurdecoratie. Let eens op hoe print wordt gebruikt om ruimten te verfraaien en hoeveel decoraties u tegenkomt die digitaal gedrukt zijn.

Het is ook belangrijk om erover na te denken op welke gebieden uw bedrijf het best aansluiting kan vinden. Verschillende segmenten van de markt voor interieurdecoratie stellen verschillende eisen.

Daartoe behoren onder meer:

- Een hoogwaardige sfeer creëren, bijvoorbeeld in de horeca
- De klantervaring beïnvloeden, bijvoorbeeld met POS in de detailhandel
- Esthetische en zeer functionele interieurs aanbieden, bijvoorbeeld voor commerciële organisaties en ziekenhuizen
- Personalisering en maatwerk aanbieden, bijvoorbeeld op consumentenmarkten

## Stel uw huidige mogelijkheden vast

Kijk naar welke gebieden in uw markt het verst zijn met de invoering van digitaal. Zijn er lokale trends op het gebied van interieurdecoratie die zich lenen voor digitale groei? Hoe populair zijn personalisering en maatwerk? Zijn personalisering en maatwerk voldoende beschikbaar voor consumenten? En tot slot, welk creatief talent heeft u zelf in huis en welk talent van uw leveranciers en klanten kunt u benutten? Fabrikanten van printmaterialen ontwikkelen voortdurend nieuwe materialen voor deze groeiende markten, dus blijf in contact met uw lokale leveranciers om toegang te krijgen tot nieuwe ontwikkelingen en de concurrentie een stap voor te blijven. Als u bestaande klanten heeft die u toepassingen op het gebied van interieurdecoratie kunt aanbieden, is dit de uitgelezen kans om van start te gaan.

## Denk na over uw technologie

Om de groeiende on-demand economie aan te boren, zult u digitale workflows en processen moeten invoeren. Stel uzelf de vraag hoe u uw digitale printcapaciteit kunt combineren met andere processen om unieke, creatieve aanbiedingen te ontwikkelen. Dit kan bijvoorbeeld gaan om analoge printprocessen of 3D-printen. Welke pre-press workflows, van software tot voorbehandeling en nabewerking, kunt u onderzoeken of gebruiken?

Hoogwaardige effecten kunnen worden gecreëerd met texturen van meerdere lagen inkt, lakpatronen of speciale afwerkingseffecten. Experimenteer en verleg de grenzen van uw creativiteit en printapparatuur om inspirerende samples voor uw klanten te maken. En onthoud goed: originaliteit is de sleutel tot inspiratie.

## Geef het goede voorbeeld

Decoreer ten slotte uw eigen bedrijfspand met digitaal geprinte toepassingen. Is er een betere manier om de creativiteit, kwaliteit en verscheidenheid aan toepassingen die u levert, te laten zien dan ze in hun geheel aan iedereen te tonen? Bezoek lokale exposities over design en interieurdecoratie om creatieve inspiratie en ideeën op te doen en de concurrentie voor te blijven.

## Praat met Canon

De productspecialisten van Canon, experts in toepassingen en accountmanagers staan klaar om u te helpen. Ze vertegenwoordigen een van de grootste grootformaat portfolio's in de sector, van UV-flatbedprinters en flatbedsnijsystemen, met de allernieuwste UVgel-printtechnologie vanaf de rol tot inkjets op basis van water en unieke CrystalPoint- en Single-pass-systemen. We kunnen u helpen om de grenzen van print en materialen te verleggen, zodat we tezamen een uitstekend aanbod kunnen opstellen voor uw bestaande of potentiële klanten in de detailhandel. ○



**Mikado Art**  
Printed Aluminum Mikado Sticks,  
Elkeslasi Surface Design

Wilt u meer informatie uit de sector?  
Abonneer u dan op ons magazine voor  
de grafische industrie, Think Digital,  
via [www.canon.nl/thinkdigital](http://www.canon.nl/thinkdigital)

U kunt ons gesprek ook volgen  
via Twitter @CanonProPrintNL

**Canon**