

[interior|fashion]

more than | furniture

Münchner Stoff Frühling:
Expressive Muster und
reiche Farbpaletten

3daysofdesign:
„Where would we be
without you?”

3|2023

Materialien: Nachhaltigkeit im Fokus



Die Natur designt mit

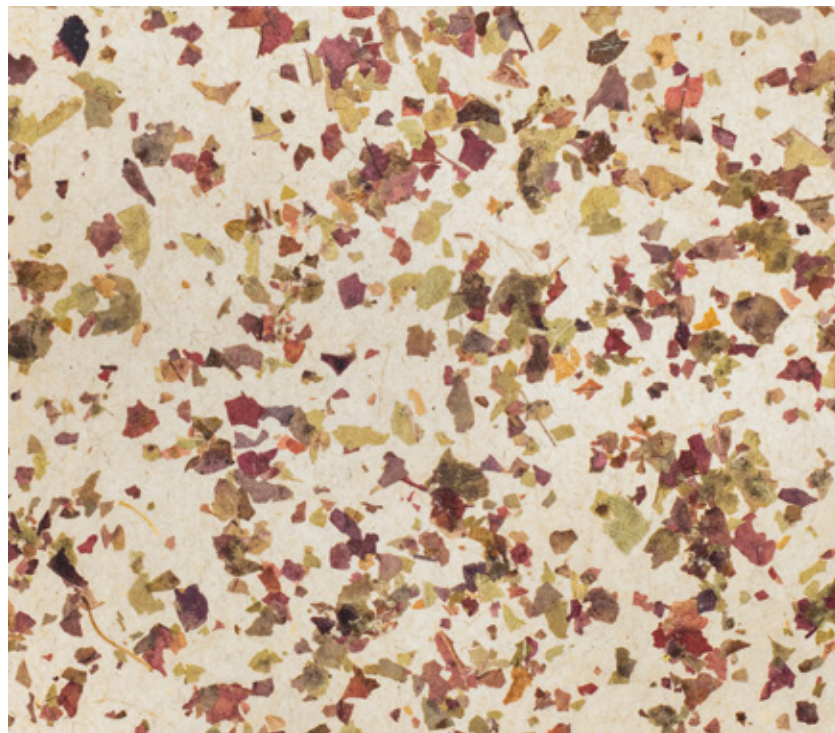
Ein Besuch am Stand von Organoid ist immer etwas Besonderes. Man kann die Natur nicht nur sehen, sondern auch riechen und fühlen. Zur diesjährigen Interzum hatte das österreichische Unternehmen seine Kollektion um fünf nachhaltige Designs er-



weitert: „Almwiesn light“, „Lawendl medium“, „Weinblattla medium“, „Mous Mix“ und „Skelettblattla“ auf goldenem Papier. Bei Letzterem werden echte, skelettierte Riesenblätter vom Gummibaum auf Goldpapier aufgebracht. Dabei betont der golden schimmernde Untergrund das zarte, filigrane Strukturdesign der Oberfläche und bringt damit natürliche Eleganz ins Interior Design.

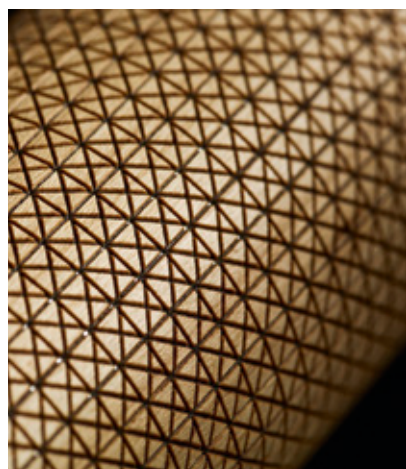
Einen farbenfrohen und herbstlichen Look hingegen verbreitet das Design „Weinblattla medium“. Hier verbindet sich geschnittenes Weinlaub mit atmungsaktivem Flachsvlies. Nicht nur für Weinliebhaber eine gelungene Gestaltungsvariante, sondern auch für Winzer und Gastronomen, die mit gelungenen Genusskonzepten kulinarische Erlebnisse schaffen möchten.

Neue Designs aus dem Hause Organoid
Technologies: „Skelettblattla“ und „Weinblattla medium“. Fotos: Organoid | www.organoids.com



„Weiches Holz“

Schorn & Groh präsentierte auf der Interzum 2023 unter anderem seine innovativsten Produktentwicklungen der vergangenen Jahre. „Nuo“ ist weich wie Leder und geschmeidig wie Stoff – und ist dabei aus echtem Furnier gefertigt, damit von Natur aus vegan und stammt aus nachhaltiger Waldwirtschaft. Das außergewöhnliche Holztextil entstand ursprünglich aus der Vision des italienischen Designer-Duos Marta und Marcello Antonelli (MyMantra), die aus Tierschutz-Gründen einen Lederersatz für ihre Kollektion aus einem nachhaltigen und nachwachsenden Material kreieren wollten. Schorn & Groh war als international bekannter Furnierexperte und Hersteller von Fixmaßen und vlieskaschier-



„Nuo“ wurde als innovatives Holztextil beim Interzum Award 2023 in der Kategorie „Best of the Best“ ausgezeichnet. Foto: Schorn & Groh | www.sg-veneers.com

ten Fixmaßen der ideale Partner, um das innovative Material auch für andere Branchen, wie die Automobilindustrie oder das Interior Design, auf den Markt zu bringen. Durch die Übernahme von MyMantra, die Anschaffung eines Hochleistungslasers und den intensiven Aufbau von Know-how gelang es schließlich, im großen Maßstab produzieren zu können.

Das patentierte „weiche Holz“ kleidet bereits erste Schuhe, Handtaschen und Autositze und kommt jetzt weltweit auf den Markt. Das dünne Echtholz (0,5 mm) wird mit einem textilen Trägermaterial verbunden – je nach Anwendungsbereich mit Mikrofaser, Baumwolle oder Vlies – und anschließend gelasert. Durch den Laserprozess entstehen verschiedene feine Gravuren, die der Holzoberfläche ihre Flexibilität und ihr ansprechendes Äußeres verleihen. So lässt sich „Nuo“ dreidimensional verformen und eignet sich auch zur Bespannung von Möbeln und Polstermöbeln sowie für den hochwertigen Innenausbau. Zur Auswahl stehen vier unterschiedliche Gravuren, die sich in ihrer Größe zwischen 1,5 mm und max. 4 mm bewegen. Aktuell sind sechs unterschiedliche Holzarten verfügbar, darunter Eiche, Nussbaum, Esche und Buche sowie zwei Fineline-Varianten. „Die Standard-Größen sind 1.250 x 620 mm, 1.250 x 1.240 mm und 2.500 x 1.240 mm. Auf Anfrage können auch größere Formate produziert werden, bis zu einer Länge von 2.800 mm und einer Breite von 1.240 mm. Auf Wunsch kann das Material mit einer Schutzschicht aus Lack oder Öl überzogen werden.



Neben anderen Produktneuheiten stellte Edelholzwerkstoffhersteller Europlac „Dollywood“ vor: akustisch wirksame

Paneele für Wand- und Deckenverkleidungen aus einer außergewöhnlichen Materialkombination aus Wolle und Holz. Die Sandwich-Bauweise besteht aus einer formaldehydfreien MDF-Platte, der Mittelteil aus gepresster und schallabsorbierender Schafwolle und die sichtbare Deckschicht bildet Edelholz. Durch Ausschnitte im Furnier wird die darunterliegende Wollschicht sichtbar. Je nach Wunsch können Muster, Schriftzüge oder grafische Symbole ausgelasert werden. Europlac wurde mit „Dollywood“ im Rahmen des interzum award 2023 für „hohe Produktqualität, die in beispielhafter Weise Innovation in Material, Funktion und Design vereint“, ausgezeichnet. Foto: Europlac | www.europlac.de



Beschlaghersteller FSB präsentierte auf der Bau unter anderem die Erweiterung seines Portfolios um die Farbwelt „Les Couleurs Le Corbusier“ und eröffnet damit neue Gestaltungs-

optionen. Die Produktfamilie „FSB 1267“ sowie ausgewählte Modelle des „ErgoSystems A100“ sind ab sofort in den aufeinander abgestimmten Architekturfarben aus „Le Corbusiers Polychromie Architecturale“ erhältlich. Damit positioniert sich FSB innerhalb des Netzwerks der „Les Couleurs Le Corbusier“-Partner im Bereich der Tür- und Fensterbeschläge sowie barrierefreier Ausstattung. Dieses Partnernetzwerk ermöglicht eine produkt- und gewerkeübergreifende durchgängige Farbwahl. Die zeitlose Farbpalette umfasst 63 aufeinander abgestimmte und von den Farben der Natur inspirierte Töne. Foto: FSB | www.fsb.de

Erfolgreiche Messetage

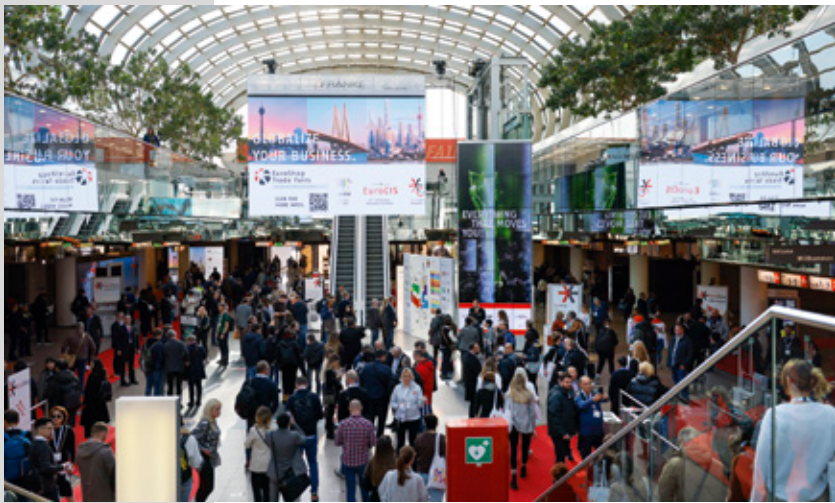
Die weltgrößte Fachmesse für den Investitionsbedarf des Handels, die EuroShop 2023, war in diesem Jahr geprägt von einem intensiven persönlichen Austausch auf globaler Ebene und sorgte für gute Stimmung bei den 1.830 Ausstellern. Insgesamt reisten mehr als 81.000 Fachbesucher aus 141 Ländern aus allen fünf Kontinenten an den Rhein. Die Aussteller aus 55 Nationen berichteten übereinstimmend von außerordentlich guten Kontakten und einer deutlichen Investitionsbereitschaft der Fachbesucher, wobei der Besucheranteil aus dem Einzelhandel um 9% auf über 50% gesteigert werden konnte.

Die EuroShop spiegelte die aktuellen Kundenbedürfnisse deutlich wider: Einerseits sind das analoge Shopping-Erlebnis und die emotionale Ansprache in stationären Geschäften nach wie vor gefragt, andererseits wollen die Kunden aber auf den Komfort, die Schnelligkeit und den hohen Grad an Personalisierung des Online-Shoppings nicht verzichten. Aus diesem Grund hat die Digitalisierung nahezu in allen Bereichen des

Handels enorm an Fahrt aufgenommen. Schlagworte wie z. B. Smart Shopping, Connected Retail, Seamless Shopping oder Customer-Centricity waren an den Messeständen allgegenwärtig.

Das Thema Nachhaltigkeit zog sich ebenfalls wie ein roter Faden durch alle Bereiche der diesjährigen EuroShop. Die Aussteller demonstrierten eindrucksvoll, dass nachhaltige Store-Einrichtung nicht nur auf den Klimaschutz einzahlt, sondern auch viel Stoff für Storytelling bietet – von innovativen, biologisch abbaubaren Ladenbaumaterialien bis hin zu Schaufensterfiguren aus Ocean-Waste-basierten Rohstoffen. Darüber hinaus stand das Thema Energieersparnis insbesondere im Kühlmöbelbereich und der Shopbeleuchtung im Vordergrund.

Hohen Zuspruch fand das umfangreiche Rahmenprogramm der EuroShop mit praxisbezogenen Vorträgen und Best-Practice-Beiträgen auf sieben Stages, zahlreichen Specials und renommierten Awards. Die nächste EuroShop findet vom 22.–26. Februar 2026 in Düsseldorf statt.



Die EuroShop 2023 war ein voller Erfolg. Foto: Mateusz Tondel | www.euroshop.de

Jetzt wird's bunt

Im ehemaligen Frühstücksraum eines Regensburger Altstadthotels eröffnete Anton Schmaus im Winter des vergangenen Jahres den Wine Concept Store „Tipsy“, realisiert durch das Architekturbüro Pure Gruppe. Das mutige Farbkonzept des Lokals legte nahe, den Berchtesgadener Küchenhersteller Popstahl mit ins Boot zu holen, dessen hochwertige Küchen in knalligen Tönen in über 200 RAL-Farben verfügbar sind. Der Bauherr wollte zeigen, dass man Wein nicht nur in klassischen Gewölbekellern präsentieren kann, sondern auch in urbanem Ambiente.

Die schwefelgelbe Popstahl-Küche mit ihrer minimalistischen Geradlinigkeit und doch heiteren Ausstrahlung unterstreicht den angestrebten Look. Die weitere Ausstattung vervollständigt das Farbfeuerwerk. Zwei organisch geformte Leuchten in neutralem Weiß schweben über den monochromen Farbflächen: der Tresen in Lachsrosa, die Fenstersitzbank in Ultramarinblau, die Nischen-ecke in Koralle, die Wandsitzbank in Türkis und Gelb. Decken- und Wandflächen sind entsprechend vielfältig koloriert. Dabei wurde die lose Möblierung so ausgewählt, dass sie sich unbefangen und filigran im Raum verteilt.



Tees, Kräuter und Gewürze sind das Metier der nachhaltigen Marke Sonnentor – und das findet sich auch an den Wänden der Läden wieder, die mit einer speziellen Oberfläche aus Pfefferminz und Hanfranken einen besonderen Charakter bekommen. Foto: Sonnentor GmbH | www.organoids.com

Ganzheitlicher Ladenbau

Mit Organoid-Naturoberflächen lassen sich Ladenkonzepte realisieren, die auf ganzheitliche Weise überzeugen. Die natürliche Haptik, der außergewöhnliche Look und nicht zuletzt der einzigartige Duft sorgen für ein rundum stimmiges Einkaufserlebnis, das bei den Kunden einen bleibenden Eindruck hinterlässt. So entsteht ein einzigartiges Erlebnis für alle Sinne: Die natürlichen Eigenschaften der Rohmaterialien bleiben erhalten und faszinieren optisch, duften herrlich und lassen sich beim Darüberstreichen erspüren.

Die Oberflächen bestehen aus echten Naturmaterialien, die in einem schonenden Verfahren auf verschiedene Trägermaterialien angebracht werden – 100% klimaneutral und Made in Austria. Dank akustischer Elemente mit organoiden Oberflächen kann zudem die Raumakustik spürbar verbessert werden und natürliche Oberflächen auf transluzenter Selbstklebefolie sorgen auf Beleuchtungselementen für ganz besondere Lichteffekte.

Gekonntes Storytelling und ganzheitliche Kampagnen gelingen insbesondere mit den Custom-Lösungen von Organoid. Oberflächen, die ganz speziell auf das Produktsortiment angepasst sind, erzeugen eine stimmige Wirkung.



Im Genuss Laden 24/7 des Lienzer Stadtmarktes gibt es rund um die Uhr frische Lebensmittel aus der Region. Dazu passend ist der Laden mit der Oberfläche „Wildspitze“ ausgestattet. Das reine Heu unterstreicht die Naturnähe und Regionalität der Lebensmittel und sorgt mit seinem zarten Duft und der einzigartigen Optik für ein Einkaufserlebnis, das in Erinnerung bleibt. Foto: Studio2four



Weinpräsentation einmal anders – in knallbuntem Ambiente und mit einer Atmosphäre wie bei Freunden in der Küche. Foto: Herbert Stolz | www.popstahl.de



Mehr zu diesem spannenden Projekt erfahren Sie auf unserer Internetseite www.interiorfashion.de.