

# Lohnender Luxus - Manufakturoberflächen

Ständig auf der Suche - endlich am Ziel? Architekten, Innenarchitekten, Grafiker, Marketing-Experten - sie alle verlangen immer drängender nach wirkungsstarken Ausdrucksformen und Neuerungen zur individuellen Gestaltung von Oberflächen.



**A**ktuell scheint die digitale Reproduktion die Lösung für viele Anwendungsbereiche zu sein: Faszinierend und attraktiv ist die Möglichkeit, vergleichsweise einfach und schnell Designs natürlichen Materialien nachzuempfinden oder am Computer Neues zu kreieren. Dies insbesondere in Verbindung mit verschiedensten Trägermaterialien und für immer neue Anwendungsbereiche. Der Wunsch nach dem Außergewöhnlichen, dem Individuellen und direkt die Sinne Ansprechenden, in Verbindung mit maximaler Gestaltungsfreiheit des Designers, ist gefragt wie nie zuvor. Handfertigung scheint angesichts dieser maschinellen Möglichkeiten purer Luxus zu sein. Akzeptiert wird sie für hochwertigste Güter – Uhren, Glas, Möbel, Teppiche oder Automobile mit einem ebenso akzeptiert hohen Preis. Als erste Fertigungstechnik der Menschheit trägt die Manufaktur jedoch das Prinzip der Individualität in sich. In der Wiedererken-

nung des menschlichen Wirkens, gepaart mit größter Kunstfertigkeit, liegt die Faszination, die ein Luxusgut ausstrahlt. Oberflächen werden in ihrer großflächigen Präsenz mit allen Sinnen erfasst. Handgefertigt erzählen sie ihre Entstehungsgeschichte, vermitteln Wertigkeiten und Qualitäten, denen sich der Betrachter nicht entziehen kann. Der wie selbstverständlich durch kleine gewollte menschliche Ungenauigkeiten in der Handarbeit entstehende Detailreichtum, lässt einen organisch-authentischen und direkten Kommunikationsträger „Oberfläche“ entstehen. Die Wirkung ist kompromisslos emotional.

## **Manufaktur zur emotionalen Ansprache im Verkaufsraum**

Für die Fertigung herausragender Oberflächen bietet sich deshalb die Manufaktur an. Eine vieltonige Farbgebung wirkt zusammen mit Materialbeschaffenheiten, den

eingesetzten Werkzeugen, dem Relief und variierenden Glanzgraden. Unterschiedlichste Fertigungstechniken erlauben zudem feinste Differenzierungen des Designs und somit uneingeschränkte Variationen. Allerdings ist hohes handwerkliches Können bei den Ausführenden unabdingbar und es ist den ausführenden Menschen als unmittelbaren Produzenten unvoreingenommen zu vertrauen. Dieses Vertrauen in den Menschen - der Mensch als Urheber - wird in der Oberfläche sichtbar. Dies ist ungewohnt, emotional ansprechend und wird deshalb auch mit besonderer Aufmerksamkeit belohnt. Die Faszination dieser Oberflächen kennen wir von den Interieurs traditioneller Hotels und Kaufhausbauten aus der Gründerzeit.

Maschinelle Oberflächenprodukte in gleichförmiger Fertigungsqualität anzutreffen, ist üblich und gewohnt. Qualitativ hochwer-



Luxuriöse Wandgestaltung in der Santanderbank Mönchengladbach

tige Manufakturoberflächen in der Kulisse des modernen Verkaufsraums erleben Kunden hingegen als außergewöhnlich.

### **Die eigene Oberfläche für jede Marke**

Konsequent weitergedacht: Jede Marke, jeder Verkaufsplatz erhält eine eigene unverwechselbare und unkopierbare Oberflächencharakteristik. Mit der Manufaktur in der Oberflächenfertigung eröffnet sich die Möglichkeit, die „Haut“ im Ladenbau- und für Shopsysteme frei zu gestalten. Zu gebräuchlichen Gestaltungsmerkmalen wie Farbgebung, Lichtgebung und Bildsprache kommen die vielseitigen Ausdrucksformen der Manufaktur hinzu. Welcher Italienbesucher bewunderte nicht die Stucco Lustrato Technik der Wandgestaltung oder vergisst je das venezianische Muranoglas? Wer hat bei chinesischem Porzellan nicht die typische Bemalung und bei orientalischen Teppichen nicht Seide und Ornamentik vor Augen? Die traditionellen Manufakturtechniken prägen das Bild der jeweiligen Kulturkreise in unseren Köpfen. Jede Marke am Point of Sale, jeder Verkaufsplatz, kann über eine eigens entwickelte Manufakturoberfläche in ähnlich einmaliger Art gelabelt werden. Das Resultat emotional ansprechende Markenpräsentationen mit hohem Wiedererkennungswert und sehr nachhaltiger Wirkung im Verkaufsraum. Der Traum einer jeden Marke.

### **Investitionsschutz durch Einzigartigkeit**

Durch die Kombination vielgestaltiger Materialien und Fertigungstechniken sind diese Oberflächen Unikate. Ganz anders hingegen die industriellen Kollektionen. Für jeden frei zugänglich, sind diese Oberflächen zur Kopie eines Erscheinungsbildes durch den Wettbewerb verfügbar. Bei der manuellen Fertigung können Patent- und Gebrauchsmusterschutz den Schutz weiter erhöhen. Auf diese Weise bleibt Individualität gewahrt und die Investition in ein außergewöhnliches Erscheinungsbild am Verkaufsplatz wirkungsvoll geschützt. Die Exklusivität eines vermeintlichen Luxusproduktes „Oberfläche“, macht sich spätestens hier bezahlt.

### **Kostenbewusst und voll flexibel**

Luxus hat seinen Preis! Gilt das auch in der Oberflächengestaltung? Inzwischen ist es möglich, Manufaktur-Leistungen flexibel und preislich interessant einzusetzen. In Europa produziert, liegen Manufakturoberflächen auf dem Preisniveau der Individualisierung durch Digitalprinttechniken. Seit 2009 sind Oberflächenfurniere auf den Markt, die beides vereinen: Investitionsbewusstsein und handwerkliche Herstellung. Die Furnierform ermöglicht eine Vorausproduktion und die spätere flexible Verwendung auf diversen Trägern in fast uneingeschränkter Formgebung. Die Vorfertigung von Ladenbauelementen in modularem Aufbau ermöglicht die Fertigung in Kleinserie

### **Fazit**

Ist mit Luxus das Außergewöhnliche gemeint mit einer Ausstrahlung über das rein Materielle hinaus? Dann gehören Manufakturoberflächen ganz klar dazu. Meint man damit das Verschwenderische ohne passenden Gegenwert; dann kann man das genauso eindeutig verneinen. Preislich interessant und durchaus vertretbar in Bezug auf das gesamte Investitionsvolumen im Ladenbau, können diese Oberflächen als Akzent oder umfassend eingesetzt werden. Nahezu unkopierbar, sind die Investitionen in ein einmaliges Erscheinungsbild geschützt. Gewonnen ist das Kommunikationsmittel „Oberfläche“ mit hohem Wiedererkennungswert und einer starken emotionalen Aussagekraft. ■



### **Die Autoren**

#### **Stefan Peter, Michael Kurpiers**

Bei der tendermark fine surface GmbH ist Michael Kurpiers verantwortlich für Management, Stefan Peter für Oberflächenentwicklung und PR.