



Dasein fürs Design

Kreativ in neue Sphären



thema

köpfe

fakten

design

gewinn

Weißbach D.C.

Design im Zentrum

„Unsere Designkompetenz bekommt ein neues Fundament. Die Bündelung der Ressourcen wird zu Synergien führen, die neue Kräfte entfalten werden“, freut sich Lothar Machule, General Manager Marketing & Sales, auf die Eröffnung des Design Centers (DC) bei Hornschuch.

„Damit können wir uns unseren Kunden endlich auch in Weißbach so präsentieren, wie sie es von unseren Produkten und Messen kennen. Wir bauen damit unsere Führung weiter aus“. In dem generalüberholten Gebäude am Stammsitz in Weißbach laden großzügig gehaltene, helle Ateliers, Besprechungsräume und Werkstätten zum kreativen Gedankenaustausch in einer gänzlich neuen Arbeitsatmosphäre ein.

Alle skai® und d-c-fix® Produktdesigner sowie die Mitarbeiter des Andruckzentrums sind in den mehrere Hundert Quadratmeter großen Räumlichkeiten vereint. Teamleiter ist Ralf Imbery, der Anfang Juli von der Nummer 1 der Walzenhersteller zu Hornschuch gewechselt ist. „Ralf Imbery verfügt über das technische Know-how bei Walzen“, betont Machule. „Sie sind das A und O bei Oberflächen. Mit ihm werden wir

neue Möglichkeiten bei Folien und Synthetics umsetzen und so einen enormen Innovationschub auslösen.“ Auch bereits vorhandene Möglichkeiten kann Hornschuch so besser nutzen: Das Know-how seiner Produktdesigner wird räumlich vereint, die bestehenden Kooperationen mit Designbüros in Frankreich, Italien und dem übrigen europäischen Ausland werden intensiviert und auch Hard- und Software sind up to date.

Im elf Mann umfassenden Design Center sind jetzt alle Schritte zur Oberflächengestaltung gebündelt. „Architekten, Designer und andere kundenseitige Ansprechpartner haben also nur noch eine Anlaufstelle. Das beschleunigt die Prozesse für sie, zumal sich Fragen an benachbarte Geschäftsfelder gleich vor Ort klären lassen. Und gegenüber unseren bestehenden wie auch neu hinzukommenden Tochtergesellschaften verbessert es Kommunikation und Kompetenz.“

ein Info-Dienst der
© Konrad Hornschuch AG
www.hornschuch.de

thema

köpfe

fakten

design

gewinn

Im Wettlauf um Kreativität

Mit der Design-Elf punkten

Technik, Equipment, Ausdauer und mentale Stärke sind nicht nur im Sport Faktoren, die über Sieg oder Niederlage entscheiden. Auch gutes Design fußt auf TEAM. „Die bisher dezentralisierte Designentwicklung zu bündeln und so marken- und produktübergreifend zu denken und zu entwickeln, wird Hornschuch im Wettbewerb weiter nach vorn bringen“, ist sich Ralf Imbery, Leiter des neuen Design Centers bei Hornschuch, sicher. Die richtige Technik und das passende Equipment stehen in Weißbach bereit. Ausdauerrekorde halten die seit mehr als 50 Jahren erfolgreich geführten Markend-c-fix® und skai®. Die mentale Stärke wiederum liegt begründet in dem Zusammenschluss der elf kreativen Köpfe im Design Center zustande. Sein Leiter, Ralf Imbery, ist seit 20 Jahren in der Branche.

In den vergangenen sieben Jahren verantwortete der 47-Jährige Design, Produktion und Vertrieb in den Bereichen „Möbel/Fußboden“ und „Automotive“ beim Walzenhersteller Wetzlar. „Mit seiner branchenübergreifenden Produktvielfalt hat Hornschuch eine Alleinstellung. Das ist eine ausgezeichnete Basis für Kreativität.“ Auch im Öko-Bereich, der nach Imberys Einschätzung weiter zulegen wird, ist skai® im Vergleich zu

direkten Wettbewerbern am besten aufgestellt. Hier gilt es, den vorhandenen Schwung für einen Sprint zu nutzen. Ziel ist bei allem, sich in puncto Design gegenüber Wettbewerbern abzusetzen. Das Design Center liefert den nötigen Schub. „Es wird von Innen wie Außen als innovatives Entwicklungszentrum wahrgenommen werden und Kunden Vertrauen in unser Design und unsere Beratung geben“, sagt Imbery. In seiner Freizeit rüstet sich der dreifache Vater übrigens bestens für den Wettkampf: Er ist passionierter Mountainbiker und Marathonläufer.



ein Info-Dienst der
© Konrad Hornschuch AG
www.hornschuch.de

thema

köpfe

fakten

design

gewinn

Erst andrucken, dann beeindrucken

Ideen schmieden mit Druckern

Die „optische DNS“ einer skai® Oberfläche ist auf Druckwalzen von 0,7 bis 1,3 m Umfang und 1,65 bis 2,0 m Breite festgeschrieben.

2300 Stück hat Hornschuch – damit lassen sich circa 1000 verschiedene Dessins erzeugen. Die Druckwalzen bestehen aus einem Stahlkern, der aufgekupfert, graviert und anschließend chrombeschichtet wird. Aber weil die Optik von Folien oder Synthetics nicht allein durch aufgedruckte Farben entsteht, gibt es neben Druck- und Lackierwalzen noch knapp 900 Prägwalzen bei Hornschuch. Damit wird die dritte Dimension herausgearbeitet – die Haptik. Neue optische Kreationen werden im hauseigenen Andruckzentrum getestet. Patrick Holz und zwei weitere Mitarbeiter kombinieren dazu verschiedene Walzen aus dem mehrere Tausend Stück umfassenden

Repertoire oder aber neue Anfertigungen. „Da ist Kreativität gefragt“. Beim Andruck werden Farbintensität und -verläufe sowie die Haftung zum Basismaterial getestet oder auch mal neue Pigmente und Lacke erprobt.

Dann werden Muster erzeugt, die zunächst an den Kunden und nach Freigabe zur Serienfertigung in die Produktion gehen. „Das Andruckzentrum ist eine beratende Schnittstelle zwischen Entwicklung, Produktgestaltung, Produktion, Vertrieb und Kunden. Das wird durch die Integration ins neue Design Center noch weiter optimiert. Denn nur durch eine enge Zusammenarbeit finden wir die passenden Walzen, die schließlich die gewünschte Optik und Haptik erzeugen“. 2009 hat Holz und sein Team übrigens mehr als 150 neue Optiken geschaffen.



ein Info-Dienst der
© Konrad Hornschuch AG
www.hornschuch.de

thema

köpfe

fakten

design

gewinn

Tradition und Innovation in Fusion

Altes aufs Neue lieben

Vor zehn Jahren hat Chrysler mit dem PT Cruiser – einem Fahrzeug, dessen Design an die Ganovenautos der 20er und 30er Jahre erinnert – einen regelrechten Retro-Boom ausgelöst.

„Wenn die zentralen Identitäten der Modell-Historie glaubwürdig in die Gegenwart transformiert werden, haben Retro-Modelle Aussicht auf Erfolg“, betont Stefan Bratzel, Professor für Automobilwirtschaft. „Looking back to the future“ nennt Sara Hausmann vom Design-Büro Achta in Dortmund den intelligenten Einsatz historischer Elemente in einem neuen Kontext, um so innovatives Design entstehen zu lassen. Gründe für die Reinkarnation von Oldtimern gibt es viele: „Retro bedeutet eine zweite Chance. Das, was ich verpasst habe, kann ich nun am eigenen Leib erfahren“, sagt Birgit Gebhardt vom Trendbüro Hamburg und ergänzt: „Anders als progressives Design, das erst einmal auf Ablehnung stößt, gefällt Retro sofort.“ Vor allem aber gibt es „in Zeiten der Krise eine große Sehnsucht nach einem neuen Wirtschaftswunder. Und so ist besonders das naive Design der 50er-Jahre im Trend“, sagt Hausmann.

Kein Wunder also, dass gerade US-amerikanische Klassiker, die Vehikel des American Way of Life, wieder aufleben: Ford Mustang, Dodge Challenger und Chevrolet Camaro. Aber auch Retro ist ein Trend, der dem Wandel unterliegt. Was heute gerade out ist, ist in 30 bis 40 Jahren wieder hipp und erinnert uns wehmütig an die vermeintlich „gute, alte Zeit“ – dann aber bitteschön auf dem neuesten Stand der (Material-)Technik.



thema

köpfe

fakten

design

gewinn

Wände im Wandel der Zeit

Jetzt können Sie was erleben!

Mit Wand-Panels und -Tattoos lässt sich u. a. der Amercian Spirit ganz einfach durch Kleben zum Leben erwecken. Mit 65 × 250 cm großen selbstklebenden Streifen bekommen Wände schnell ein neues Gewand.

Bei Bedarf können die Panels noch durch passende Wandtattoos ganz individuell ergänzt werden. Wenn der Trend dann vorbei ist, werden sie einfach abgezogen und durch neue ersetzt, zum Beispiel Silhouetten oder Blumenranken.

Preisfrage: Wie heißen denn die Wandtattoos von d-c-fix®?

- a) Tabu
- b) Tutu
- c) Esprit
- d) Spirit

Wenn Sie darin beWANDert sind, schicken Sie die richtige Antwort auf unsere Gewinnspielfrage bis zum 26. Juli an skai.winner@hornschuch.de. Zu gewinnen gibt es d-c-fix® Wandpanels mit dazu passenden Stickern.



thema

köpfe

fakten

design

gewinn