

INTERNATIONALE MÖBELMESSE IN KÖLN 2014:

# Blickfang Naturstein

*imm cologne 2014: Naturstein im privaten Spa war Top-Thema der Sonderausstellung Living Interiors. Antolini, JUMA und Draenert warben für Naturstein. Natürliche Materialien liegen im Trend.*

**M**it einem guten Ergebnis ist am 19. Januar die Internationale Möbelmesse imm cologne/LivingInteriors zu Ende gegangen. Die Weltleitmesse für das Thema Wohnen und Einrichten verzeichnete mit rund 120000 Besuchern aus 129 Ländern einen leichten Besucherzuwachs im Vergleich zu 2012. Der Anteil der Besucher aus dem Ausland lag bei 42,5 % (bezogen auf die Fachbesuchertage). Sehr gut besucht waren auch die Publikumstage. Rund 40000 Endverbraucher ließen sich von den Einrichtungswelten inspirieren. Mit 1209 Anbietern aus 52 Ländern präsentierte sich die Messe auch in diesem Jahr als eine vielseitige Produktschau. In diesem Jahr wurde die 65. imm cologne durch das alle zwei Jahre stattfindende Event LivingInteriors ergänzt, das ganzheitlichen Wohn- und Einrichtungskonzepten gewidmet ist. Hier standen die

Bereiche im Fokus, die die Wohnung zum Zuhause machen: Bad, Boden, Wand, Heimtextilien und Licht.

## Trends im Überblick

»Alles wird bunter, lauschiger und bequemer« und »Global-Mix mit einem Hauch von Romantik« heißt es im Schlussbericht der Messe über die aktuellen Trends. Im Gegensatz zur kühlen, virtuellen Welt im Internet wollen es die Menschen im eigenen Zuhause gemütlich, harmonisch und wohnlich haben.

## Antolini Italy mit neuem Gesicht

Der international anerkannte Architekt und Designer Claudio Silvestrin hat bei der Gestaltung des Stands der italienischen Natursteinfirma Antolini an seit Jahrtausenden praktiziertes Baumeisterwissen angeknüpft. Mit seiner extrovertierten Standgestaltung provozierte er die Aufmerksamkeit des Fachpublikums und demonstrierte persönlich, was ihn bei der Planung von Räumen bewegt. Für Silvestrin besteht die Hauptaufgabe eines guten Architekten darin, ein gutes Raumklima mit einem positiven Energiefluss zu entwickeln, wobei die Wahl der richtigen Materialien eine wesentliche Rolle spielt. Für den Stand im Bereich LivingInteriors wählte er aus den über 1000 zur Verfügung stehenden Gesteinssorten den fossi-



Oben: Claudio Silvestrins charismatischer Auftritt für die Marke Antolini Fotos: Dieter Drossel, SBK Europe

Oben links: Top-Team im Messe-Marathon: Dieter Drossel (links) und Sergio Miglioranza vertraten Antolini auch auf den Messen Swissbau und Maison & Objet.

Links: Claudio Silvestrin (links) begeisterte die internationale Architekturpresse von Naturstein.



Stand der Firma JUMA im Bereich LivingInteriors auf der imm

len Kalkstein Jurassic Brown, der mit seinem Farbspiel und Muschelanhäufungen eine Herausforderung für anspruchsvolle Gestalter ist. Respekt erarbeitete sich das Messeaufbauteam mit der horizontalen Befestigung der Monolithe und einem Standaufbau in nur drei Tagen. Die Firma trat das erste Mal selbstbewusst mit dem neuen Logo »Antolini Italy« auf – Ausdruck der weltweiten Markenstrategie. Besonders international aufgestellte Planer und Bauherren schätzen das Engagement des Unternehmens in über 60 Ländern. Für die Partner von und die Interessenten an Antolini & Friends war der Stand ein willkommener Treffpunkt auf der Messe, die laut Dieter Drossel, Business Development Manager der Marke Antolini, zum Pflichtprogramm aller gestalterisch tätigen Unternehmen gehört. Der Messestand überraschte viele und sorgte für Diskussion. Das war Programm, denn Claudio Silvestrin hatte den Auftrag erhalten, die Marke neu zu inszenieren. Mit dem völlig neuen Konzept hat er erreicht, was eine bloße Modifikation bisheriger Messeauftritte nie vermocht hätte. Beweis dafür ist die große Resonanz auf den imm-Messestand. Auch auf den Messen Swissbau in Basel und Maison & Objet in Paris zeigte sich Antolini mit dem neuen, von Silvestrin gestalteten Gesicht. »Spätestens seit diesem Messemarathon hat die Fachwelt ein neues Bild der Marke »Antolini Italy«, fernab von der Darstellung einzelner Produkte oder anderen optischen Reizen«, ist Dieter Drossel überzeugt. Antolini werde jährlich die Designer wechseln – laut Drossel Ausdruck eines neuen architektonischen Spirits. Die Firma lege sich bewusst nicht auf eine Stilrichtung fest, sondern verstehe sich als globale Marke mit italienischen Wurzeln. Heimische Materialien aus Europa seien ebenso fester Bestandteil der Produktpalette wie exotische brasilianische Natursteine. Auf der imm demonstrierten Dieter Drossel und Sergio Migliorani, Leiter der Architekturabteilung, den neuen



Freuen sich über die enorme Resonanz auf der imm: v.l.n.r. Diana Bschieler (JUMA-Marketing), Torsten Müller (Torsten Müller Interior Design) und JUMA-GF Michael Holzäpfel Fotos: Firma

Teamgeist im Haus Antolini. Alle Mitarbeiter und Partner bauen jetzt an dem Netzwerk, das einen umfassenden und von Begeisterung für Naturstein getragenen Service vom Steinbruch bis hin zum Architekten und Bauherrn garantiert. Anhand von Naturstein-Mustermappen, Steinbruchbildern, Dokumentationen realisierter Objekte erzählten Drossel und Migliorani den Messebesuchern in persönlichen Gesprächen immer neue Geschichten von und mit Naturstein. Nach der imm sehe er entspannt in die Zukunft für das Unternehmen und die Natursteinbranche, sagte Dieter Drossel im Gespräch mit unserer Redaktion. Die Begegnung mit Claudio Silvestrin sei für ihn ein Meilenstein, was die Zukunft von Antolini betrifft. Durch den neuen Auftritt habe Silvestrin insbesondere Architekten und Designer für Antolini eingenommen – »ein Riesenerfolg!«. Auch die internationale Architekturpresse würdigte die gelungene Natursteinpräsentation ([www.antolini.com](http://www.antolini.com)).

## JUMA EXCLUSIVE: Naturstein im privaten Spa

Im Badbereich sind heute moderne Technologien und gesundheitsfördernde Extras in einem entspannenden Ambiente gefragt. Wohlfühl-Oasen haben den einstigen Waschraum abgelöst, heißt es im imm-Schlussbericht.

### Bild.de titelte: Das ist der Schwansinn!

»Naturstein in Bad und Spa« war denn auch Top-Thema auf dem imm-Sonder-event LivingInteriors. »Das ist der Schwahnsinn!«, titelte »bild.de« mit Bezug auf die schwan- bzw. schlangenförmige Dusch-/Wannenkombination JUMAMAMBA von JUMA EXCLUSIVE, die zu den meistfotografierten Designobjekten der Möbel- und Einrichtungsmesse gehörte. »spiegel.de« bezeichnete die Dusche in Kobraform als »tebartzschens Traum«. »Diese extravagante Badewannen-Duschkombination dürfte in jedem Bad ein



Erfolgreich auf der imm: die Firma Palette CAD mit der gleichnamigen Gestaltungssoftware, im Bild Vertriebschefin Sonja Zinser  
Foto: Dieter Drossel, SBK Europe

Blickfang sein«, meinte »welt.de«. Auch »euronews.com« berichtete: »Wer Dinge im großen Stil mag und keine Angst vor Marmor hat, kann sich die Juma-Badewanne von JUMA EXCLUSIVE ins Bad stellen. Preis: 50 000 €.«

JUMA EXCLUSIVE (www.juma-exclusive.com) ist eine für Endverbraucher geschaffene Marke der Firma JUMA und steht für »maßgeschneiderte Produkte aus hochwertigem Naturstein in einzigartigem Design«. Laut Firma soll dadurch »das eher traditionelle Image von Naturstein einem neuen und moderneren Eindruck weichen, der Naturstein zu einem begehrenswerten Element moderner Wohnkulturen machen soll«. JUMAMBA wurde vom hauseigenen Design-Team entworfen. Mit beheizten Sitzflächen und hochwertigen Armaturen erfülle die gut 2,4 m hohe und 1,5 t schwere Schlange aus massivem Naturstein höchste Ansprüche und symbolisiere gleichzeitig die Perfektion von Naturstein, die bei Benutzung für alle fünf Sinne greif- und erlebbar wird, so JUMA-Geschäftsführer Michael Holzapfel. Das Designobjekt sei »eine Hommage an die Versuchung und das Streben nach Luxus und Einzigartigkeit«. Gefertigt werde es individuell nach

Kundenwunsch. Der Kunde erhalte »Natur nach Maß«. Die JUMA GmbH & Co. KG mit Sitz in Gungolding beschäftigt über 130 Mitarbeiter und verfügt über 300 000 m<sup>2</sup> Steinbruchgelände. Jährlich werden rund 10 000 m<sup>3</sup> Naturstein verarbeitet und veredelt.

### Natürliche Werkstoffe liegen im Trend

Interior-Designer Torsten Müller gab am Stand und in mehreren Vorträgen Auskunft zu den Exponaten und zu Trends im Bad-Design. »Naturstein völlig neu erlebt im privaten Spa-Design« lautete der Titel seines Schlussvortrags, in dem er sich deutlich für natürliche Werkstoffe aussprach. Seine Prognose: Die Rückbesinnung zur Natur wird sich weiter verstärken. Durch seine positive Emotionen auslösende Haptik und Struktur sei Naturstein im Bad so gefragt wie nie zuvor. Vor dem Hintergrund unserer reizüberfluteten Gegenwart sei im Design »mehr Klarheit« angesagt. »Naturstein ist dafür wie geschaffen«, so der Spezialist für Bad- und Spa-Einrichtung (www.designbad.com). Der Mensch sehne sich heute nach einer privaten Wohlfühl-Oase für die Regeneration vom stressbeladenen

Alltag. Jeder zum Designobjekt veredelte Naturstein sei ein Unikat und damit so unvergleichbar wie der Nutzer selbst. Design habe die Aufgabe, Architektur und Natur in Einklang zu bringen. Der Trend zu Naturmaterialien gebe Designern, Herstellern und Händlern immenses Potential an die Hand, das aber nur erschlossen werden könne, wenn man sich von Oberflächlichkeiten verabschiede. Torsten Müller engagiert sich als Bad/Spa- und Raum-Designer von z. B. Penthäusern, Keynote Speaker, Kolumnist, TV-Experte und Berater und versteht sich als »Trendsetter des wohnräumlichen Innendesigns«. 2006 wurde er von »Schöner Wohnen« als Top-Designer vorgestellt. 2011 nannte ihn die »Frankfurter Rundschau« unter den europäischen Top-Adressen der Ritualarchitektur. Das Magazin »Das Bad« bewertete seine Bad-Designs und Lichtkonzepte als zukunftsweisend.

Last but not least: Mit seinen gut gestalteten Steintischen warb auch der Möbelhersteller Draenert wieder erfolgreich für den Werkstoff Naturstein (www.draenert.de).

Bärbel Holländer

#### KURZINFO

### IMM COLOGNE

Die imm cologne - seit 1949 die Leitmesse für Möbel & Einrichtung - ist die zentrale Einrichtungsmesse im weltweit wichtigsten Einrichtungsmarkt. Gleich zu Beginn eines jeden Jahres präsentiert sie die aktuellen internationalen Möbel- und Wohntrends und überzeugt durch ihre Businessatmosphäre. Die enorme Breite und Tiefe des Angebots reicht von SB-Möbeln über Premiummarken bis hin zu visionären Produktentwürfen. In diesem Jahr wurde die 65. imm cologne durch das alle zwei Jahre stattfindende Event LivingInteriors ergänzt, das sich durch ganzheitliche Wohn- und Einrichtungskonzepte auszeichnet. Hier standen die

Bereiche im Fokus, die die Wohnung zum Zuhause machen: Bad, Boden, Wand, Heimtextilien und Licht. Zusammen mit der Möbelmesse zeigte die LivingInteriors ein umfassendes und innovativ inszeniertes Bild der gesamten Einrichtungswelt.

Das nächste Messedoppel imm cologne/LivingKitchen findet vom 19. bis 25. Januar 2015 statt, das übernächste (imm cologne/LivingInteriors) vom 18. bis 24. Januar 2016.  
www.imm-cologne.de  
www.livinginteriors-cologne.de  
www.livingkitchen-cologne.de