

Latex-Drucklösungen von HP

(ID/SJ) Ob Tapeten in Betonoptik, Wanddesigns mit gigantischen Schallplatten-Motiven, Lampenschirme mit floralen Drucken, Bodenbeläge im realistischen Marmorlook oder Jalousien, die Urlaubsstimmung verbreiten – HP zeigte „live“ auf der „Heimtextil“, was mit Latex-Drucklösungen möglich ist. Auf dem Stand des Herstellers waren sowohl der „HP Latex 365“ als auch der kürzlich vorgestellte „HP Latex 1500“-Drucker im Einsatz.

„Vinyl-, Banner-, Folien- und Textilsubstrate lassen sich ebenso mit der „HP Latex“-Technologie bedrucken wie Leinwände oder Wandverkleidungen“, erklärt Angelika Selg, Marketing Manager, HP Graphics Solutions Business D&A – „DesignJet“, „PageWide“-XL. Diese Vielseitigkeit des Verfahrens bietet insbesondere Chancen für kleinere bis mittelgroße Druckdienstleister, die ihr Portfolio ausbauen wollen. Weitere Vorteile sind die breite Palette druckbarer Größen, der schnelle Produktionsvorgang, Geruchsneutralität und Umweltfreundlichkeit.

Für die Gestaltung des Messestandes hatte HP die Designer Jon Sherman (Flavor Paper) und Robin Sprong (RS Wallpapers) verpflichtet. Die beiden innovativen Tapetenhersteller zeigten typische Arbeiten mit Mustern, Wandmalerei-ähnlichen Elementen und Fotos. Sowohl RS Wallpapers als auch Flavor Paper



v.l.n.r. Robin Sprong und Jon Sherman, Foto: HP

vertrauen bei der Realisierung ihrer Tapeten und Oberflächen auf die „HP Latex“-Technologie.

Im nachfolgenden Interview (Auszüge) sprechen Jon Sherman und Robin Sprong über den Auftritt von HP auf der „Heimtextil“, über Designtrends in der Wandgestaltung, die Vorteile der Latex-Drucktechnologie und die Anforderungen an junge Designer.

Was haben Sie für den „Heimtextil“-Stand von HP, für die „Printed Lounge“, entworfen?

Robin: Jon und ich haben sehr ähnliche Geschäftskonzepte. Auf der Messe haben wir sowohl unsere eigenen Top-Designs gezeigt als auch die Arbeiten unserer besten Designer und Trends, die wir im Kontext der „Heimtextil“ als passend empfanden. Festgestellt haben wir, dass Designs, die in Südafrika gerade im Trend liegen, nicht notwendigerweise auch in den USA angesagt sind. In Südafrika, Australien und Europa tendieren die meisten un-

serer Kunden zu Mustern, während man in den USA lieber zu Tapeten im Stil von Wandgemälden greift.

Die „HP Printed Lounge“ ist ganz bewusst eine Kombination aus Beidem.

Jon: Unser Ziel war es, ein „immersives“ Erlebnis zu schaffen, bei dem alles, was man sieht, mittels „HP Latex“-Drucktechnologie gedruckt wurde und täuschend echt aussieht. „Wir drucken Ihre Realität“ war das Motto hinter dem gesamten Konzept. Dafür haben wir versucht, jede Oberfläche in der Lounge zu nutzen und den Eindruck einer realistischen, natürlichen Oberflächenstruktur zu erzeugen, obwohl man in Wirklichkeit auf ein flaches, bedrucktes Objekt schaut.

Was war ihr Lieblingsmotiv in der „Printed Lounge“?

Robin: Den Bar-Bereich habe ich geliebt. Ich finde, dass das „Pink Onyx“ von Robin Sprong Wallpapers zusammen mit dem Blütenmuster von Flavor Paper einen unglaublichen visuellen Effekt erzeugt hat, insbesondere in Kombination mit dem Fußboden-Design von Tiphaine Alston. Botanische Drucke sind schon seit langem sehr beliebt. Das Gleiche gilt für geologische Designs wie Onyx, Marmor und andere Mineralien.

Menschen mögen Erdverbundenes – wie kann das jemals aus der Mode kommen?

Jon: Schwer zu sagen, weil sie wirklich eine große und vielfältige Auswahl unterschiedlicher Arbeiten umfasst hat. Wir haben verschiedene Materialien und Produktionstechniken gezeigt, manche waren sehr fotorealistisch, andere eher eine Abkehr davon. Es gab eine ganze Wand mit riesengroßen Fotos von meiner Schallplattensammlung, so dass sie aussah wie ein gigantischer Stapel Schallplatten. Ich persönlich hätte nicht gedacht, dass so etwas mit Digitaldruck möglich ist. Es ist eben auch nicht das, was man von einem Latex-Drucker erwartet hätte. Aber es ist ein super Beispiel dafür, wozu HP Drucker fähig sind.

Welche Besonderheiten schätzen Sie am meisten an der „HP Latex“-Drucktechnologie?

Robin: Am beeindruckendsten ist für mich die Druckqualität und die Tatsache, dass es Latex ist. Die Latex-Maschine druckt sehr sauber – ein Grund, warum wir in einem Studio gleichzeitig arbeiten und drucken können. So stehen unsere Designer im direkten Dialog mit den Maschinen, sie können sowohl Farben als auch Fehler unmittelbar erkennen. Das steigert unsere Effizienz und Qualität. Beim Einsatz von gleichen Maschinenmodellen liegt die Qualität von Farbe und Struktur sehr dicht beieinander. Die Maschinen arbeiten schnell und sind großartig verarbeitet. Dadurch sind sie robust und zuverlässig und erfordern einen recht geringen Wartungs- und Instandhaltungsaufwand. Das ist ein enormer Vorteil, weil wir unsere Maschinen oft die ganze Nacht

über ohne Überwachung laufen lassen können.

Jon: Die Schönheit von Latex liegt in der Glattheit des Drucks und dem Fehlen von Punkten. Dadurch ist es möglich, die Sichtweise der Leute auf das, was sie sehen, zu verändern. Weil das Material so glatt ist, kann man das Auge viel besser „austricksen“ als mit einem UV-Drucker. Latex ist geruchlos, hat eine glänzende Ästhetik und die Vielfalt seiner Anwendungsmöglichkeiten macht es einzigartig. Das sind große Pluspunkte für mich und der Grund dafür, weshalb wir jetzt drei dieser Maschinen haben.

Auf welche Projekte sind Sie besonders stolz?

Robin: Die beiden Projekte, auf die ich am meisten stolz bin, sind das „Marly Hotel“ und der „Harem Nachtclub“. Beides waren große Projekte, bei denen viele verschiedene Materialien zum Einsatz kamen und sehr viel künstlerische Arbeit erforderlich

war. Eine große Herausforderung bestand darin, die Materialien und Muster zu finden, um die Bilder in den „Look und Feel“ zu verwandeln, den die Kunden sich gewünscht haben.

Für das „Marly Hotel“ wollte der Kunde einen Hauch Paris nach Kapstadt bringen und wünschte sich dafür eine Replik der Wandverkleidungen des französischen Chateau de Marly. Den endgültigen Effekt erzielten wir dann durch Rückseitendruck auf Vinyl mit schwarzen und weißen Teilen im Stile einer Fotokopie. Für den „Harem Nachtclub“ in Johannesburg verwendeten wir eine große Anzahl auffälliger Fotografien, die wir auf unterschiedliche Gewebe, Gardinen und unter die Tischplatten im gesamten Club druckten.

Jon: Ich würde sagen, die Andy Warhol-Kollektion von Flavour Paper zählt zu meinen stolzeren Momenten.

Was glauben Sie: Welcher Trend, welcher Einfluss wird Designer 2017 leiten?



Muster am HP-Messestand, Foto: HP



Robin: Meiner Meinung nach werden natürliche Themen und Motive weiterhin ein starker Trend bleiben. Viele Trends werden von Pantone bestimmt, die jedes Jahr ihre Farbe und ihr Thema vorgeben. Ich glaube, wir werden noch viel mehr Geologisches sehen, besonders Motive wie Knochen oder Marmor. Die Sorge um die Natur und die globale Erwärmung sind große Themen und die Menschen werden sich viel mehr an der Natur orientieren.

Ich denke, 2017 erleben wir eine Verlagerung: Weg von Mustern und traditionellen Stilen der Fotografie hin zu ungewöhnlicheren Blickwinkeln. Fotografie mit Drohnen, harte, wirklich abstrakte Blickwinkel.

Jon: Ich denke, Design wird sich mehr als alles andere durchsetzen. Was kann man mit einer Wand machen? Sie ist ja grundsätzlich eine zweidimensionale Oberfläche, aber was kann man

tun, um sie „mehr“ erscheinen zu lassen?

Meiner Meinung nach wird die Politik für Veränderung sorgen. Unsere Zeit ist sehr düster und ich glaube, wenn die Leute nach Hause kommen oder ausgehen, wollen sie entweder ein wirklich transformierendes Erlebnis, das sie aus ihrer täglichen Realität herausholt oder einfach einen angenehmen, Glück spendenden Ort.

Welche Fertigkeiten müssen Designer erwerben, um in Zukunft erfolgreich zu sein?

Robin: Sie müssen sich mit der wirklich spezifischen Software auseinandersetzen. Vielleicht gibt es eine Reihe bestimmter Anwendungen für das, was man gestalten möchte und von denen man noch nicht einmal wusste, dass sie existieren. Also geh raus und finde sie!

Jon: Ich denke, es hängt alles von den Software-Kenntnissen

ab und davon, die Dinge mit ihrer Hilfe anders zu durchdenken, zu verstehen, Design-Techniken von einem digitalen Standpunkt aus zu verknüpfen. Es ist das Wissen um das richtige Equipment und dessen Benutzung. Man muss in der Lage sein, Materialien auszuwählen, um Konzepte zu präsentieren und zu optimieren.

Wie glauben Sie, wird die Technologie die Zukunft des Textildrucks bestimmen?

Robin: Immer mehr Menschen erkennen mittlerweile das technologische Potential und es finden sich immer mehr Nischen. Heute ist man mehr als ein Stoffdesigner. Man kann jetzt Garn-Designer oder Saum-Designer werden...

Jon: Ich denke, es geht darum, dass Design mehr und mehr durch die Möglichkeiten vorangetrieben wird, die es aus produktionstechnischer Sicht gibt. Der Textildruck hat die Ästhetik im Bereich Bekleidung völlig verändert. 3D-Modellierung ermöglicht einmalige und maßgeschneiderte Designs, um etwas Einzigartiges zu erschaffen. Individualisierung ist ein großes Thema geworden, und je mehr die Technologie die Möglichkeiten erweitert, umso mehr können Designer die Entwicklung vorantreiben. Dies ist größtenteils ein ineinandergreifender Prozess, denn es sind die technisch Versierten, die die Maschinen entwickeln, aber sie verstehen nicht, wo sie die Designer hinführen können. HP hat diese Diskussion stets mit vorangetrieben und immer wieder große Designer zusammengebracht.



Eine gigantische Schallplattensammlung an der Messestand-Wand, Foto: Jährling

Was würden Sie einem jungen Designer raten?

Robin: Ich würde sagen, er sollte sein Geld in die Entwicklung seiner technischen Fähigkeiten investieren. Man muss auf Augenhöhe mit der Technologie und ihren Auswirkungen bleiben, einfallsreich sein und unternehmerisch handeln. Schwimme nicht mit dem Strom, habe Selbstdisziplin, sei neugierig und finde die Inspiration, um die Dinge zu tun, die du tun willst!



Latex-Drucktechnologie von HP, Foto: Jährling

Jon: Stelle die Kunst und dein Herz in den Mittelpunkt von allem, was du tust und lass immer deine Persönlichkeit mit einfließen. Sei technisch so versiert wie möglich, denn je mehr Fähigkeiten du mitbringst und je mehr du damit in eine Design-Firma einbringen kannst, desto mehr kannst du Einzigartiges schaffen. Das ist ein Balanceakt. In der Lage zu sein, etwas zu erschaffen und ihm seinen eigenen Charakter zu geben, Etwas herzustellen, das anders ist, verleiht dir das gewisse Etwas und ist deine Chance, aus der Menge herauszustecken. Aus Design-Sicht liegt dir die Welt zu Füßen: „If you can think it, you can print it!“.

Robin Sprong Wallpaper (RSW) besteht seit 2006 und zählt zu den bekanntesten Namen in der südafrikanischen „Wallpaper“-Industrie. Alle Robin-Sprong-Tapeten sind digital bedruckt. Die Motive reichen von üppigen Palmen über exklusive Künstler-Drucke bis hin zu Mustern und Designs aus Südafrika. Arbeiten von RSW wur-

den in zahllosen nationalen und internationalen Magazinen sowie im Fernsehen vorgestellt. Kunden sind vor allem Innenarchitekten, Design-Agenturen und private Hausbesitzer. Zu den neuesten Projekten von RSW gehören das Ritz-Hotel (Sea Point), das Theatre on the Square (Sandton) sowie Dutzende Restaurants und Nachtclubs in Südafrika und anderen Ländern. „Neue Dimensionen für die Inneneinrichtung“ sind Robins Vision. Die Bilder können so skaliert werden, dass sie an die spezifische Oberfläche angepasst sind, auf die sie aufgetragen werden, von Wand zu Wand und vom Boden bis zur Decke laufen. Robins beruflicher Hintergrund als Fotograf liefert ihm viel Material, aus dem er Inspirationen schöpft. www.robinsprong.com

Markenzeichen von **Jon Shermans Flavor Paper (FP)** war es schon immer, in Bezug auf Farbe, Farbkombinationen und Styling von Tapeten Grenzen auszureizen. Typisch für Flavor Paper sind Designs aus den 60er- und 70er-Jah-

ren des 20. Jahrhunderts, oft mit psychedelischen Elementen. Neu aufgemischt werden aber auch viktorianische Blumenmuster, Jugendstil und Barock. Flavor Paper hat außerdem eine weltweite Exklusiv-Vereinbarung mit der Andy Warhol Foundation. Die New Yorker-Tapetenmanufaktur befindet sich in Brooklyn, der Druck wird zur Straßenkunst, da Fußgänger durch die Fenster des „Flavor Labs“ den Druckvorgang beobachten können. Wenn es um farbintensive Exklusiv-Interieurs geht, steht Flavor-Papers bei US-Stars hoch im Kurs. Die Kundenliste reicht außerdem vom IAC Building über das Sport-Label Nike, den Modehändler Steve Madden bis zu internationalen Hotelketten. Flavor Paper wurde vielfach ausgezeichnet, Designs sind unter anderem im Smithsonian Design Museum und im Louvre ausgestellt. Jon Shermans „Fishnet Wallpaper“ befindet sich in der ständigen Sammlung des Brooklyn Museums. www.hp.com/go/latexdecoration.

www.flavorpaper.com