



Decorative Surfaces Conference 2019

# Nachhaltigkeit rückt an die Oberfläche

In Berlin brachten sich rund 170 Fachleute auf den neuesten Stand hinsichtlich Design-trends, Material-entwicklungen und Produktionstechnik.

Dekorative Oberflächen für Fußböden und Möbel nähern sich der kundenindividuellen Massenproduktion – auch weil digitale Prozesse immer besser ineinandergreifen. Auf der Decorative Surfaces Conference tauschte sich die Branche über den aktuellen Stand der Technik sowie über aktuelle Designtrends und künftige Nachhaltigkeitsstrategien aus.



**Wir sprechen nicht von der Zukunft mit digitalen Technologien, wir praktizieren sie.“**  
Thorsten Beinke

Auf der diesjährigen Decorative Surfaces Conference sorgten rund 170 Vertreter aus Unternehmen entlang der gesamten Wertschöpfungskette erneut für ein volles Haus – der Branchentreff gilt als fester Termin im Branchenkalender von Möbel- und Bodenbelagsherstellern, Holzwerkstoffverarbeitern, Dekordruckern, Oberflächenbeschichtern, Maschinenherstellern, Softwareentwicklern und Werkstoffzulieferern. In Berlin brachten sich die Fachleute an zwei Tagen auf den neuesten Stand hinsichtlich Designtrends, Materialentwicklungen und Produktionstechnik.

Was in diesem Jahr auffiel: Die drängenden Aspekte der Nachhaltigkeit erhielten auf dem Podium themenübergreifend mehr Raum und wurden konkreter benannt als in der Vergangenheit. Immer mehr Unternehmen realisieren offenbar, dass die möglichst positive Öko-Bilanz ihrer Aktivitäten künftig zu einem essentiellen Verkaufsargument wird. Denn die Schüler der „Fridays for Future“-Bewegung

sind die Konsumenten von morgen, so das Argument pro Umwelt aus wirtschaftlicher Perspektive.

Was in Berlin noch auffiel: Während in Fragen aktueller und künftiger Produktionstechnik in den letzten Jahren meist schwerpunktmäßig die fortschreitende Entwicklung des industriellen Digitaldrucks ausgelotet wurde, ging es jetzt stärker ganzheitlich um die Integration, Stabilität und Qualität digitaler Produktionen. Schlüsseltechnologien beinhalten ein durchgängiges Farbmanagement und integrierte Workflow-Lösungen, die im besten Fall explizit auf die Anforderungen der Herstellung von Möbel- und Fußbodendekoren zugeschnitten sind.

Welche Schwerpunkte die Industrie in der Praxis setzt, zeigten drei für ihre jeweiligen Segmente schlagkräftige Branchengrößen auf: Egger für die Holzwerkstoffverarbeitung, Surteco für den Bereich Dekor-Lösungen und Tarkett

für die Bodenbelagsherstellung. Alle drei eint ein Ziel: die kundenindividuelle Massenproduktion im Sinne der sogenannten „Industrie 4.0“. Wobei sich ihre Umsetzung im Möbelbereich aufgrund der komplexen Teilefertigung grundsätzlich herausfordernder gestaltet als für die Produktion von Bodenbelägen.

### Verlässliche Farben für dekorative Oberflächen

Um im Sinne eines professionellen Farbmanagements vorhersehbare, standardisierte und qualitativ hochwertige Ergebnisse zu erzielen, ist die Definition von Farbe und Licht Pflicht. Dazu noch komplett unterschiedliche Substrate wie Papier, Kork oder PP-Kantenmaterialien einzubeziehen, ist die Kür. Gerade dann, wenn es sich bei dem Sujet auch noch um ein klassisches Holzdekor handelt. Für Royce Doods, innerhalb der Egger-Gruppe von Beginn an mit dem Auf- und Ausbau des Digitaldrucksegments befasst, basieren gute Ergebnisse zunächst auf guter Teamarbeit – die im Idealfall von optimaler Technik unterstützt wird. „Technische Werte sind großartig, aber wir Menschen haben keine Augen, die morgens kalibriert werden, bevor wir mit der Arbeit beginnen“, bringt er die Crux bei der Beurteilung von Farben auf den Punkt.

Egger hat in den letzten Jahren ein für seine Zwecke zugeschnittenes, durchgängiges Farbmanagement auf Basis der Spektralmessung integriert und erzielt mit der kontinuierlichen Überwachung aller Prozesse über die verschiedenen Produktgruppen hinweg nun verlässliche Ergebnisse. Genutzt wird das Farbmessgerät Advanced Color Measurement System (ACMS) von IPAC (Improve Process Analytics and Control), einem Tochterunternehmen von Fagus-Gre-Con. Zu den Anwendern der Branchenlösung gehören auch die Dekorlieferanten Impress, Interprint und Surteco. „Wir können bestätigen, dass wir Dekorpapiere erhalten, die dem Original in nichts nachstehen“, sagt Royce Doods, „die Lieferkette funktioniert reibungsloser, und es für alle Beteiligten einfacher geworden, weil wir uns statt auf visuelle Beurteilung auf definierte Regeln verlassen können.“

### Auf dem Weg zur individuellen Massenproduktion

Der Digitaldruck ist ein wesentlicher Treiber, um kundenindividuelle Massenproduktionen realisieren zu können, weiß Jörg Dietz, Leiter Design bei Surteco, und leitet damit nahtlos zu einem Haupttrend in der Dekorbranche über. Anders als bei Bodenbelagsproduktionen geht es in der Möbelfertigung in der Regel um sehr viele Einzelteile, zum Beispiel können für eine Küche schnell 14.000 Einzelkomponenten zusammenkommen. Individualität →



**Royce Doods (Egger) berichtete über die erfolgreiche Integration der Farbmanagement-Branchenlösung Advanced Color Measurement System von IPAC/Fagus-Gre-Con.**



**Jörg Dietz (Surteco) zeigte die Möglichkeiten der individuellen Massenfertigung von Möbeldekoren auf.**



**Thorsten Beinke (Tarkett): „Künftig werden Kaufentscheidungen aufgrund des ökologischen Fußabdrucks der Produkte getroffen.“**



**Massimo Colombo (Metis) präsentierte eine umfassende Branchenlösung: Metis-Scantechnik mit Colorgate-Rip-Software.**



**Patrick Degener und Jens Becker (Cruse): „Das Scannen im Großformat ist multi-modal“. Bei der Dekorgestaltung nehmen die Bearbeitungsmöglichkeiten dank erweiterter Software-Funktionalität zu – Farben, Tiefen-, Struktur-, Licht- und Glanzeffekte etc. können dreidimensional simuliert, editiert und geprüft werden.**

bedeutet hier, wie in anderen industriellen Produktionen auch, eine möglichst breitgefächerte Kombination von Einzelteilen, um eine Vielzahl verschiedener Varianten zu erreichen. In welcher durchaus beachtlichen Dimension das beim Bau von Möbeln inzwischen funktionieren kann, ist bei dem Anbieter „deinSchrank.de“ zu sehen. Des Weiteren gewinne der Megatrend Nachhaltigkeit für

die Möbelbranche Priorität – „der Trend ist nicht neu, aber wir erleben zurzeit einen Wandel“, unterstrich Dietz. Beleg dafür sei etwa der jetzt erstmals vorgelegte Nachhaltigkeitsbericht des Möbelkonzerns Ikea.

„Bei Tarkett sprechen wir nicht von der Zukunft mit digitalen Technologien, wir praktizieren sie“, konstatierte

Dr. Philip Sauter, Pöyry Management Consulting

## Designbelags-Verbrauch steigt weiter rasant

### Dekorpapiere

Der Bedarf an Oberflächendekoren für Möbel- und Fußbodenproduktionen in aller Welt steigt kontinuierlich. Daran wird sich auch in den kommenden Jahren nichts ändern, prognostiziert Dr. Philip Sauter von Pöyry Management Consulting. Trotz globaler wirtschaftlicher Unsicherheiten aufgrund von Handelssanktionen und politischen Instabilitäten, etwa in Europa durch einen wie auch immer gearteten Brexit. Laut Zahlen des Beratungsunternehmens belief sich das Volumen papier- und folienbasierter Oberflächenmaterialien im Jahr 2018 in China auf 9,8 Bio. m<sup>2</sup>, gefolgt von Europa mit 7 Bio. m<sup>2</sup>, Amerika (Nord und Süd) mit 2,2 Bio. m<sup>2</sup> und Asien-Pazifik mit 2,1 Bio. m<sup>2</sup>. Generell substituieren papierbasierte Produkte Folienmaterialien; in Europa erreichen sie bereits einen Anteil von 80 %. Tendenz steigend.

### Digitaldruck

Der Anteil digital gedruckter Dekore ist insgesamt noch gering. Von den genannten kontinentalen Regionen stammten laut Pöyry 2018 lediglich 1 bis 2 % aus digitalen Produktionen in Europa. Bis 2023 soll der Anteil steigen: in Europa auf 5 bis 10 %, in China auf 3 bis 5 % und in Amerika sowie in Asien-Pazifik auf 1 bis 2 %. Europa wird demnach seine Vorreiterrolle im industriellen Dekor-Digitaldruck mittelfristig zunächst weiter ausbauen können. Auf der DSC-Konferenz wurde aber auch deutlich, dass hohe Tintenkosten

nach wie vor ein Hemmnis für die Implementierung der Inkjet-Produktionstechnik sind.

### Designbeläge

Weltweit steigt der Jahresabsatz von LVT, bzw. Designbelägen laut Pöyry von 490 Mio. m<sup>2</sup> (2018) auf 915 Mio. m<sup>2</sup>

(2023). Der durchschnittliche Verbrauch legt mittelfristig vor allem zu in Nordamerika (von 220 Mio. m<sup>2</sup> 2018 auf 440 Mio. m<sup>2</sup> 2023) und in Westeuropa (von 190 Mio. m<sup>2</sup> 2018 auf 260 Mio. m<sup>2</sup> 2023). Dem gegenüber stehen im gleichen Zeitraum signifikant steigende Produktionsmengen in China – von 190 m<sup>2</sup> auf 400 Mio. m<sup>2</sup>.

### Marktentwicklung Designbeläge bis 2023

Verbrauch in Mio. m <sup>2</sup>	2018	2023	Trend
Nordamerika	220	440	↑
Westeuropa	190	260	↗
China	40	110	↑
Südamerika	20	70	↑
Asien-Pazifik	10	20	↑
Osteuropa	10	15	↗
Gesamt (2018)	490	915	↑
Produktion in Mio. m <sup>2</sup>	2018	2023	Trend
Nordamerika	110	210	↑
Westeuropa	90	120	↗
China	190	400	↑
Südamerika	0	0	
Asien-Pazifik	90	170	↑
Osteuropa	15	20	↗
Gesamt (2018)	495	920	↑

Quelle: Pöyry

Thorsten Beinke, Senior Design-Manager Tarkett, selbstbewusst. „Wir haben bereits die Massenindividualisierung.“ Für digitale Designs können Muster, Formate, Farben, Fasen, Prägungen und Oberflächenfinishes beliebig kombiniert werden. Für den international agierenden Bodenbelagshersteller ist der Digitaldruck, auch wenn er derzeit noch kein Selbstläufer ist, in vielerlei Hinsicht ein „Problemlöser“: Neu aufgelegte Kollektionen können schnell vermarktet, Trends flexibel aufgegriffen und einzigartige, auf die Märkte abgestimmte Produkte kreiert werden. Bedarfsgerechte Produktionen kommen nicht zuletzt der Umwelt zugute, weil sie Lageraufwand und Abfall vermeiden.

Apropos Umwelt: Neben den aktuellen Designtrends rücken Hersteller wie Tarkett die Nachhaltigkeit ihrer Produkte beim Kunden immer gezielter in den Vordergrund: „Zukünftig werden Kaufentscheidungen aufgrund des ökologischen Fußabdrucks, der Recyclebarkeit und die Wertigkeit der Materialien getroffen“, unterstrich Thorsten Beinke den Anspruch der Bodenbelagskunden von morgen.

Imke Laurinat

Hymmen/Ricoh

## Kooperation in Sachen Single-Pass-Inkjet

Carsten Brinkmeyer, Vertriebschef der Digitaldruck-Sparte bei Hymmen, überraschte in Berlin mit einer Entwicklungsankündigung. Im Rahmen einer bereits seit Längerem bestehenden Kooperation mit dem japanischen Druckerhersteller Ricoh entwickelt das Unternehmen zurzeit eine Single Pass-Inkjet-Anlage auf Wassertinten-Basis (analog zum konventionellen Tiefdruck). Bislang setzte der Bielefelder Maschinenhersteller im Gegensatz zu seinen Marktbegleitern ausschließlich auf Dekor-Digitaldrucktechnik mit UV-Tinte.



**Carsten Brinkmeyer (Hymmen) überraschte in Berlin mit der Ankündigung eine Single Pass-Inkjet-Maschine mit Wassertinte und voller Dekordruckbreite.**

Die Hymmen Saturn Printing Line wird sich von den bisher für den digitalen Dekordruck verfügbaren Maschinen unterscheiden, versprach Brinkmeyer. Unter anderem soll sie sich durch ihre Flexibilität bezüglich der Produktion kleiner und großer Losgrößen auszeichnen und schon für Kapazitäten unterhalb von 20 Mio. m<sup>2</sup> rentabel betrieben werden können. Genannt wurden Druckbreiten von 700/1.400 und 2.300 mm, Druckleistungen zwischen 15 und 35 m/Min. sowie Ausgabeauflösungen von 600 bzw.

1.200 dpi. Neben Standard-CMYK-Farben sollen künftig auch Sonderfarben möglich sein.

Ricoh, ursprünglich aus dem Bürodrucker-Segment kommend, ist mit wasserbasierter Inkjet-Druckkopf-Technologie bereits in vielen Industriemärkten jenseits des Dekordrucks erfolgreich etabliert, u. a. in enger Partnerschaft mit Heidelberger Druckmaschinen. Zudem bringt der japanische Konzern ein weltweit breit aufgestelltes Service- und Support-Netzwerk in die Kooperation mit Hymmen ein.

Intelligente  
Entscheidung.



Überzeugender  
Fortschritt.



### AMORIM WISE

ist ein klimapositiver, PVC-freier und wasserfester Bodenbelag, der aus Kork, einem zu 100% nachhaltigem Material besteht.

Durch die konsequent nachhaltige Produktion binden WISE Bodenbeläge mehr klimaschädliches CO<sub>2</sub> als sie freisetzen.

Die perfekte Kombination für Ihr Wohlbefinden und dem Respekt vor der Natur.



AMORIM

AMORIM Deutschland GmbH  
germany.ar.de@amorim.com  
www.amorim-deutschland.de

Thorsten Beinke, Senior Design-Manager Tarkett, selbstbewusst. „Wir haben bereits die Massenindividualisierung.“ Für digitale Designs können Muster, Formate, Farben, Fasen, Prägungen und Oberflächenfinishes beliebig kombiniert werden. Für den international agierenden Bodenbelagshersteller ist der Digitaldruck, auch wenn er derzeit noch kein Selbstläufer ist, in vielerlei Hinsicht ein „Problemlöser“: Neu aufgelegte Kollektionen können schnell vermarktet, Trends flexibel aufgegriffen und einzigartige, auf die Märkte abgestimmte Produkte kreiert werden. Bedarfsgerechte Produktionen kommen nicht zuletzt der Umwelt zugute, weil sie Lageraufwand und Abfall vermeiden.

Apropos Umwelt: Neben den aktuellen Designtrends rücken Hersteller wie Tarkett die Nachhaltigkeit ihrer Produkte beim Kunden immer gezielter in den Vordergrund: „Zukünftig werden Kaufentscheidungen aufgrund des ökologischen Fußabdrucks, der Recyclebarkeit und die Wertigkeit der Materialien getroffen“, unterstrich Thorsten Beinke den Anspruch der Bodenbelagskunden von morgen.

Imke Laurinat

Hymmen/Ricoh

## Kooperation in Sachen Single-Pass-Inkjet

Carsten Brinkmeyer, Vertriebschef der Digitaldruck-Sparte bei Hymmen, überraschte in Berlin mit einer Entwicklungsankündigung. Im Rahmen einer bereits seit Längerem bestehenden Kooperation mit dem japanischen Druckerhersteller Ricoh entwickelt das Unternehmen zurzeit eine Single Pass-Inkjet-Anlage auf Wassertinten-Basis (analog zum konventionellen Tiefdruck). Bislang setzte der Bielefelder Maschinenhersteller im Gegensatz zu seinen Marktbegleitern ausschließlich auf Dekor-Digitaldrucktechnik mit UV-Tinte.



**Carsten Brinkmeyer (Hymmen) überraschte in Berlin mit der Ankündigung eine Single Pass-Inkjet-Maschine mit Wassertinte und voller Dekordruckbreite.**

Die Hymmen Saturn Printing Line wird sich von den bisher für den digitalen Dekordruck verfügbaren Maschinen unterscheiden, versprach Brinkmeyer. Unter anderem soll sie sich durch ihre Flexibilität bezüglich der Produktion kleiner und großer Losgrößen auszeichnen und schon für Kapazitäten unterhalb von 20 Mio. m<sup>2</sup> rentabel betrieben werden können. Genannt wurden Druckbreiten von 700/1.400 und 2.300 mm, Druckleistungen zwischen 15 und 35 m/Min. sowie Ausgabeauflösungen von 600 bzw.

1.200 dpi. Neben Standard-CMYK-Farben sollen künftig auch Sonderfarben möglich sein.

Ricoh, ursprünglich aus dem Bürodrucker-Segment kommend, ist mit wasserbasierter Inkjet-Druckkopf-Technologie bereits in vielen Industriemärkten jenseits des Dekordrucks erfolgreich etabliert, u. a. in enger Partnerschaft mit Heidelberg Druckmaschinen. Zudem bringt der japanische Konzern ein weltweit breit aufgestelltes Service- und Support-Netzwerk in die Kooperation mit Hymmen ein.

Intelligente  
Entscheidung.



Überzeugender  
Fortschritt.



### AMORIM WISE

ist ein klimapositiver, PVC-freier und wasserfester Bodenbelag, der aus Kork, einem zu 100% nachhaltigem Material besteht.

Durch die konsequent nachhaltige Produktion binden WISE Bodenbeläge mehr klimaschädliches CO<sub>2</sub> als sie freisetzen.

Die perfekte Kombination für Ihr Wohlbefinden und dem Respekt vor der Natur.



AMORIM

AMORIM Deutschland GmbH  
germany.ar.de@amorim.com  
www.amorim-deutschland.de