



Claudia Herke und Annetta Palmisano oben links haben branchenweit einen Namen für ihre Trendaussagen für die Frankfurter Messe Ambiente, die dem Fachpublikum wichtige Orientierung bieten. Emotionen sind angesagt, oben eine Anmutung von Baxter. Ein weiteres Thema ist Geometrie, links dazu ein aktueller Coffee Table von Gallotti & Radice.

dem Dach, die gleichzeitig beim Aufladen der Batterie des Fahrzeugs helfen. „Das Innere dominieren wohnliche Materialien. Sie verbinden die technischen Anforderungen mit der Raffinesse französischer Lebensart.“ Die Sitze und das Armaturenbrett sind mit kräftigem Samt gepolstert, der hintere Bereich erhielt einen gerippten Chenille-Stoff. Nackenrollen und Kissen komplettieren den Kofferraum, der auf Wunsch auch mehr Bewegungsraum bietet. Eine integrierte Holzbank lässt sich über der Stoßstange herausziehen und als Freisitz verwenden. Der Hersteller spricht von „Renaulution“, die für die Idee steht, „moderne und innovative Autos zu schaffen, die Emotionen wecken.“ Gefühle evozieren, darum geht es bei neuen Produkten mehr denn je. Das kann wie bei Renault die Überarbeitung von Klassikern betreffen, die Trendscouts nennen dieses Phänomen „Re-thought Classics“, doch genauso eine neue Art der Darstellung von Produkten. So stellte der italienische Nobelhersteller Baxter in diesem Jahr zu dem klassischen Katalog eine kleine Publikation

mit Aquarellen der Neuheiten vor, die den Spirit der Marke einfangen sollen. Bereits 2020 entstand das Projekt „Baxter Worldwide 2020“ aus der Unmöglichkeit, die Baxter-Gemeinschaft nach Mailand zu bringen, und insbesondere aus der Frage „wenn sie nicht zu uns kommen können, warum gehen wir nicht zu ihnen“, sagt Paolo Bestetti, CEO von Baxter. Die digitale Präsentation konnte in der ganzen Welt zu den identischen Zeiten vor Ort gespielt werden. Neben Filmen haben Renderings ein immer größeres Gewicht bei Produktpräsentationen – als Möglichkeit, eine ideale Umgebung darzustellen. „Egal ob das einem persönlich gefällt oder nicht, das Thema Gaming hat auf diese Renderings einen großen Einfluss. Da gibt es noch spannendere Auswirkungen: Möbel, die als digitale Möbel konzipiert sind, beispielsweise der »Hortensia-Chair« von Moooi. Interessant. Der war zunächst nur digital gedacht. Dann wollte jeder diesen Stuhl haben und man hat einen Weg gefunden, ihn herzustellen.“ Das ist vielleicht eine ganz neue Entwicklung. Und eine weitere Geschichte (auf Seite 58). |sd