

Pressemitteilung Bünde, 13. November 2023

**MÖBELVISIONEN:**

**Smartes Materialmanagement, die Farben für den Zeitgeist und eine Reise in das Jahr 2030 – die Zukunft der Interior-Branche hat im FURNITURE FUTURE FORUM begonnen!**

**„So ein volles Haus hatten wir seit den Vor-Pandemie-Zeiten nicht mehr“, freute sich Trendfilter-Geschäftsführerin Katrin de Louw, die mit ihren „MÖBELVISIONEN“ im FURNITURE FUTURE FORUM am 9. November 2023 mit einem treffsicheren Mix von Zukunftsthemen mehr als 150 Interessierte in das Ausstellungszentrum in Bünde lockte. Drei hochkarätige Referenten stellten Schlüsselthemen vor, mit denen sich die Interior-Branche nach vorn entwickeln kann – und obendrein gab es noch eine Sneak Preview auf die Sustained Color No. 8, die offiziell erst zum Jahresbeginn 2024 vorgestellt wird.**

„Die Digitalisierung von Materialien hat gerade erst begonnen.“ Mit dieser fundamentalen Aussage eröffnete Dr. Hans Peter Schlegelmilch, CEO von Brain of Materials und neuer Kooperationspartner von Trendfilter, das Programm der „MÖBELVISIONEN“. Er glaubt an „Smart Material Data Management“, das sich um die Fragestellung dreht, wie die Digitalisierung dabei unterstützen kann, das (nachhaltige) Materialmanagement entlang der Wertschöpfungskette zu verbessern und effizienter zu gestalten. Brain of Materials hat dazu eine Datenplattform aufgesetzt, die vielerlei Probleme lösen kann. Denn wer die Administration und die Prozesskette digitalisiert, benötigt weniger Fachkräfte in diesen Bereichen bzw. kann die bestehenden Fachkräfte sinnvoller an anderer Stelle einsetzen.

Die zweite Triebfeder für „Smart Material Data Management“ besteht im optimierten Materialfluss, denn wie lassen sich Materialien nahtlos in die Wertschöpfungskette integrieren? Das ist insbesondere vor dem Hintergrund neuer regulatorischer Anforderungen wie z.B. die Einführung des digitalen Produktpasses oder die geforderte Angabe des CO2-Fußabdrucks eine entscheidende Frage. Brain of Materials hält als Plattform diese und andere relevante Materialeigenschaften als Daten vor, die dann von allen beteiligten Akteuren entlang der Wertschöpfungskette genutzt werden können. Völlig neue Anwendungen und Erkenntnisse sind dabei z.B. im Material Scouting möglich ­– sodass auf Grundlage von Datenauswertungen die optimalen Materialien für die individuelle Anforderungen ermittelt werden.

Brain of Materials taxiert das durchschnittliche Einsparpotenzial administrativer Vorgänge mittels „Smart Material Data Management“ auf 45 Prozent und berücksichtigt bei dieser Schätzung die Bereiche Produktpass, Nachhaltigkeitsmanagement, Datenblätter, Workflows, technische Anforderungen und Datenpflege. Die große Herausforderung: „Die technologische Kompetenz muss in den Unternehmen erhöht werden, um von den Vorteilen von ,Smart Material Data Management‘ überhaupt erst profitieren zu können. Aber die Bereitschaft ist da“, blickt Dr. Schlegelmilch nach vorn.

Einen umfassenden Trendforecast lieferte dann Prof. Timo Rieke, Designer, Professor an der HAWK, Vorstandsvorsitzender des deutschen Farbenzentrums und ebenfalls Gremiums-Mitglied für die Auswahl der Sustained Color No. 8. Das „RAL Color Feeling“ ist eine Serie von Trendberichten, die für die Raum- und Produktgestaltung wertvolle Orientierung gibt. Die dabei ermittelten Gestaltungs-Guidelines sind auf eine aufwändige Herleitung zurückzuführen, welche die Schritte „Scouting“, „Megatrend-Definition“, „Monitoring“ und „Rückschau/Historie“ umfasst. Aus all den gesammelten Informationen erstellen die Farbexperten einen Zukunftscode.

„Farbe kann als Symptom gesellschaftlicher Zustände gelten und Farbe ist das universellste Element der menschlichen Kommunikation“, erklärt Rieke. Für das bis dato fünfte „RAL Color Feeling“ mit insgesamt 15 Farben haben die Farbexperten fünf Adjektive definiert: resonante (Wirkung), anregende (Gesten), robuste (Produkte), fördernde (Räume), und inklusives (Design). Das Spektrum reicht von „Opalviolett“, „Karmesinrot“ über „Mineralbraun“ bis hin zu „Meergrün“ und „Sommerbleu“. Die Farben funktionieren miteinander, haben aber auch einen eigenständigen Charakter. „Nach der farblichen Ergrauung während der Pandemie wird es wieder emotionaler“, erklärt Rieke. Eine wichtige Stoßrichtung des „RAL Color Feeling“ ist es, die Farben in der Anwendung zu zeigen. Auch mit dem Einsatz von KI haben die Farbexperten bereits experimentiert ­– allerdings noch ohne den rechten Clou. „Am Ende braucht es für den Farbeinsatz das menschliche Gefühl.“

Was Muster betrifft, liegen Raster, einfache Geometrien und Grundformen im Trend. In Bezug auf die Textur sind Rohmaterialien und natürliche Pigmente gefragt. Formen dürfen gern nach Manufaktur und Handwerk aussehen. In der „RAL Color Feeling 2025+ Trendbox“ für Architekten, Designer, Gestalter gibt es entsprechende Muster, um damit zu experimentieren, zu kombinieren und zu gestalten.

Im Anschluss hieß es: Das COLORNETWORK proudly presents the Sustained Color No. 8! In einer Sneak Preview konnten die Gäste erstmals die neue Farbe sehen, die offiziell erst zum Jahresbeginn präsentiert wird. So viel sei vorweggesagt: Es geht dieses Mal mehr denn je „wohlweißlich“ auch um die Küche als natürlicher Lebensraum! Mehr dazu am 1. Januar 2024…

Sebastian Raßmann, Experte für Zukunftsfragen bei TrendOne nahm die Zuhörenden unter dem Stichwort „Artificial Intelligence“ mit auf eine Reise in das Jahr 2030. Das Grundproblem schickte er voraus: Die Zukunft ist für den Menschen sehr schwer vorstellbar. Bei der Beschreibung landen wir schnell bei Utopien oder Dystopien, also bei Extremdarstellungen. Die Erfahrung zeigt, dass wir die Zukunft nicht vorhersagen, aber sehr wohl antizipieren und gestalten können. Das gilt auch beim Thema KI, bei dem wir noch ganz am Anfang stehen, glaubt Raßmann. ChatGPT hat gerade einmal fünf Tage benötigt, um weltweit eine Mio. User zu erreichen – so schnell war bisher noch keine Plattform. Für 100 Mio. User waren gerade mal zwei Monate nötig. Kein Zweifel: AI wird die Art und Weise, wie wir Leben noch weiter, verändern. Und Sebastian Raßmann brachte dafür fünf Ansatzpunkte mit:

AI Assistance: Wir bekommen unseren eigenen Sekretär. Beispiel: Microsoft Co-Pilot. Das Programm unterstützt dabei, Texte und E-Mails zu schreiben und diese auf Rechtschreibung zu prüfen. Bilder- und Dokumentensuche, Präsentationen, Tweets, Postings und das in der eigenen, individuellen Sprache ­– wird alles vom Programm übernommen.  
Creative AI: Mit dem „AI Chair“ hat der Star-Designer Philippe Starck Künstliche Intelligenz bereits für sich arbeiten lassen – mit einem beeindruckenden Ergebnis. „Panta Rhai“ ist das erste Lifestyle-Magazin, das von künstlicher Intelligenz produziert wird.  
Predictive Analytics: Schlussfolgerungen und Vorhersagen können auf Grundlage von Datensätzen getroffen werden. Voraussetzung: Die Daten müssen relevant sein und in ausreichender Zahl vorliegen („Big Data“). Daran sollte es zukünftig nicht mangeln, denn die Menschheit produziert ein exponentielles Datenwachstum. 175 Zettabyte an Informationen werden wir bis 2025 anhäufen. Bisher wird allerdings nur ein Bruchteil der erhobenen Daten analytisch genutzt.  
AI Service: 85 Prozent der Kundenkommunikation und Service könnten technisch und inhaltlich bereits von AI übernommen werden.  
Robotics: Handwerker- oder Pflegeroboter können als Lösung für den Fachkräftemangel angesehen werden.

Raßmann nannte aber auch die Schattenseiten: Der Wegfall von Arbeitsplätzen, die von KI rationalisiert werden, hat bereits begonnen. KI könnte auch zudem für militärische Zwecke oder Cyberkriminalität missbraucht werden, denn gerade KI-gestützte Algorithmen sind sehr anfällig für Cyberattacken. Die Dystopie: „General AI“ wäre vorstellbar als eine Art Super-Intelligenz, die eigene Ziele und Handlungsnormen definieren könnte bzw. wollte… Raßmann rät aber zu einem neugierigen Umgang mit den neuen Technologien nach dem Motto: „You can‘t be a swimmer if you dont get into the pool.”

Nächstes Mal lockt das FURNITURE FUTURE FORUM dann mit einem neuen Format, dem „Furniture TALK“.  Am 29. Februar 2023 geht es um „Netzwerke in OWL – Warum wir gemeinsam stärker sind?“ Als Speaker zugesagt haben bereits Prof. Martin Stosch (TH OWL), Brigitte Meier, (Wege mbH), Jens Hölper, (Garant Gruppe) und Michael Laukötter (Möbelmeile).  Es moderieren Katrin de Louw (Trendfilter) und Sascha Tapken (Home.Made.Storys.). Wer Interesse hat, kann sich gern für den Einladungsverteiler eintragen: <https://www.trendfilter.net/einladungsverteiler/>

**Über das FURNITURE FUTURE FORUM:**

15 Jahre ist es her. 2007 fiel der Startschuss für das FURNITURE FUTURE FORUM im ehemaligen Hofemeier-Ausstellungsgebäude – damals noch als „servicepoint A30“. Im Herzen der Möbel- und Küchenindustrie hat sich das FURNITURE FUTURE FORUM als Veranstaltungsort, Ausstellungszentrum und Kreativlabor fest etabliert. „Wir haben schnell gemerkt, dass es den Beteiligten sehr stark um Inhalte geht. Deshalb haben wir regelmäßig Konferenzen und Workshops mit Top-Referenten veranstaltet. Das FURNITURE FUTURE FORUM hat sich mit immer mehr Leben und Inhalten gefüllt, sodass hier mittlerweile die Trends geboren werden“, resümiert Initiatorin und Geschäftsführerin Katrin de Louw.

Das Zugpferd unter den ausstellenden Partnern war die Glunz AG (heute als Sonae Arauco immer noch Mitglied), die sich zum Start an dem Konzept beteiligt hat. Sukzessive kamen immer mehr hochkarätige Namen dazu, sodass heute 17 Aussteller im FURNITURE FUTURE FORUM vertreten sind: Christian Kröger, Conal, Continental, Europlac, Furnipart, Hera, Lehmann, Linak, Neelsen, Röhm, Schattdecor, Sonae Arauco, Strate Druck, SWL Holzplatten und Van Hoecke. Die Unternehmen schätzen die One-Stop-Shop-Idee in dem 600 qm großen Ausstellungszentrum sowie die Neutralität des Forums als Plattform für die Branche.

„Das FURNITURE FUTURE FORUM lebt und wir setzen alles daran, dass das Netzwerk weiterwächst. Denn wir glauben daran, dass es immer zu etwas Neuem, Gutem und Sinnvollem führt, wenn Menschen unterschiedlicher Disziplinen an einem offenen Ort zusammentreffen und Ideen austauschen“, sagt Katrin de Louw.