

# Lustralite® 1 Lustralite® 2 Lustralite® 3

**Ort:** Housatonic River, South Lee, Massachusetts  
**Job:** Interpretation aktueller Farb- und Themenwelten  
**Ziel:** Interieur 2007/2008

**Place:** Housatonic River, South Lee, Mass.  
**Task:** Interpretation of current colour and theme worlds  
**Target:** Interieur 2007/2008

Recollection – Nature + New World

Text: Rolf Warda

**Mit diesen so deutlich wie auch gegensätzlich formulierten Trend-Aussagen im Reisegepäck sind wir in diesem Frühjahr einer Einladung gefolgt, neue Farb- und Themenwelten für das Interieur Design zu entwickeln. Und, als hätten es die Trendprognosen an sich schon vorweggenommen, als Inspirationsquelle gab es wohl kaum einen besseren Zielort: New England. Morgens früh in Frankfurt gestartet, am späteren Vormittag (Ortszeit) mit dem Leihwagen New York gekreuzt, teilweise 6-spurig dem Hudson gefolgt, erreichen wir das Merrell Inn, eine dieser seltenen, historisch noch erhaltenen Kutschenstationen (Gasthöfe), die sich gegen jeden Fortschrittsglauben in das 21. Jahrhundert hinübergerettet haben.**

Und hier holen uns unsere Trendprognosen ein: „Wir brauchen eine Pause, um zu uns selbst zu kommen. Möbelstücke sollen wieder Geschichten erzählen. Wir begeben uns wieder zurück zu unseren Wurzeln. Sehnsucht nach Ehrlich- und Menschlichkeit, nach einer überschaubaren Welt ...“ Und es passiert, die Menschen hier im Berkshire von Neu England scheinen den Weg gefunden zu haben, das Ursprüngliche zu erhalten, ohne sich von der Welt der Metropolen abzukoppeln.

**In spring this year, with these clearly if contradictorily formulated trend forecasts in our baggage, we accepted an invitation to develop new colour and theme worlds for the Interieur Design. And, as if it had been anticipated by the trend forecasts, there was scarcely a more suitable destination as a source of inspiration: New England. After an early morning departure in Frankfurt, crossing New York in a rental car in the late forenoon (local time), following the Hudson – sometimes on a 6-lane turnpike – we finally reached the Merrell Inn, one of those rare, historically preserved coaching stations that have rescued themselves into the 21st century despite all supposed attempts at progress.**

And here, we are overtaken by our own trend forecasts: “We need to take a pause to recover ourselves. Furniture should once again tell a story. We are on the way back to our roots. Yearning for honesty and humanity, for a world that is clearly comprehensible ...” And it does happen; the people here in Berkshire, New England, seem to have found a way of preserving what is original, without parting from the world of the great cities.

Berkshire, Massachusetts, South Lee – nur der Housatonic River trennt uns in diesem Moment von unserem neuen Auftraggeber/der Aufgabe, neue Papiere zu entwickeln. Auf der anderen Seite des Flusses erheben sich die Backsteinfassaden der Papiermühlen von MeadWestvaco Specialty Paper Division. In diesem Jahr schaut man auch hier stolz auf eine 200-jährige Tradition, die des Papiermachens, zurück. Doch der Maschinensaal empfängt uns mit einer der größten und modernsten Produktionsanlagen zur Herstellung hochwertiger Spezialpapiere. In diesem Fall sind es für uns Overlaypapiere. Overlaypapiere, die als transparenter Träger Dekor- und Effektpigmente binden, um Designer zu neuen Prozessen in der Material- und Produktentwicklung zu inspirieren.

Von welchen Dekor- und Effektpigmenten werden Designer sich inspirieren lassen? Natürlich? Metallisch? Changierend oder lieber gleich holografisch? Wie weit dürfen wir vorausdenken? 2007/2008? Und wie bekommen wir das „Neue“ in die Welt? ... die Prozesse sind auf das „Alte“ optimiert!

Das Kreativteam ist gut vorbereitet. Mit Steve Foley ist die technische Kompetenz aus Labor und Produktion vertreten. Grace Jeffers ist die professionelle Designerin, die mit viel Feingefühl und auch Ausdauer den Designanspruch der Lustralite-Produktfamilien immer wieder aufs Neue unter Beweis stellt. Aldo De Pascale aus Bergamo (Italien) begleitet mich, er repräsentiert wichtige europäische Schlüsselkunden im Segment der dekorativen Oberflächen. Mein Beitrag ist die Reflektion auf die Designmotive europäischer Designer und Architekten. Ziel ist die Entwicklung einer anwenderorientierten Lustralite-Kollektion.

Die von uns vorbereiteten Farb- und Themenwelten clustern die Ergebnisse von mehreren hundert Stunden Laborausmusterung.

Ausgehend von den Grundmotiven Gefühl, Wert, Impuls und Pure sollen es final vier Gestaltungsthemen werden. Für jedes Thema entwickeln wir zwei Materialschwerpunkte, d. h. zwei ganz unterschiedliche „Inclusion“-Materialien werden mit zwei Farbreihen zu je fünf Pantone-Farben kombiniert. Die Herausforderung ist es, Materialitäten und Farbmatches zu generieren, von denen wir uns sicher sind, dass sie Präferenzen im europäischen Interieur-Design abbilden. ▷

South Lee, Berkshire, Massachusetts – at this moment, only the Housatonic River separates us from our new employer/from the task of developing new papers. On the other side of the river rear the red-brick facades of the paper factories of MeadWestvaco Specialty Paper Division. This year, people are proudly looking back on a 200-year old tradition, that of paper-making. Yet the production hall welcomes us with one of the largest and most modern production facilities for the manufacture of high quality special papers. For us, in this case, it is overlay papers – overlay papers, which, as transparent substrates, combine decorative and effect pigments in order to inspire designers to new processes in the development of materials and products.

By which decorative and effect pigments will designers allow themselves to be inspired? natural? metallic? changing? Or preferably holographic? How far ahead can we think? 2007/2008? And how do we get the “New” in to the World?... the processes are optimised towards the “Old”!

The Creative Team is well prepared. Steve Foley represents technical competence from R&D and production. Grace Jeffers is the professional designer who, with a great deal of sensitivity and perseverance, again and again demonstrates the design claims of the Lustralite product family. Aldo De Pascale from Bergamo (Italy) accompanies me; he represents important European key customers in the decorative surfaces segment. My contribution is to reflect on the design motives of European designers and architects. Our target is the development of a user-oriented Lustralite range.

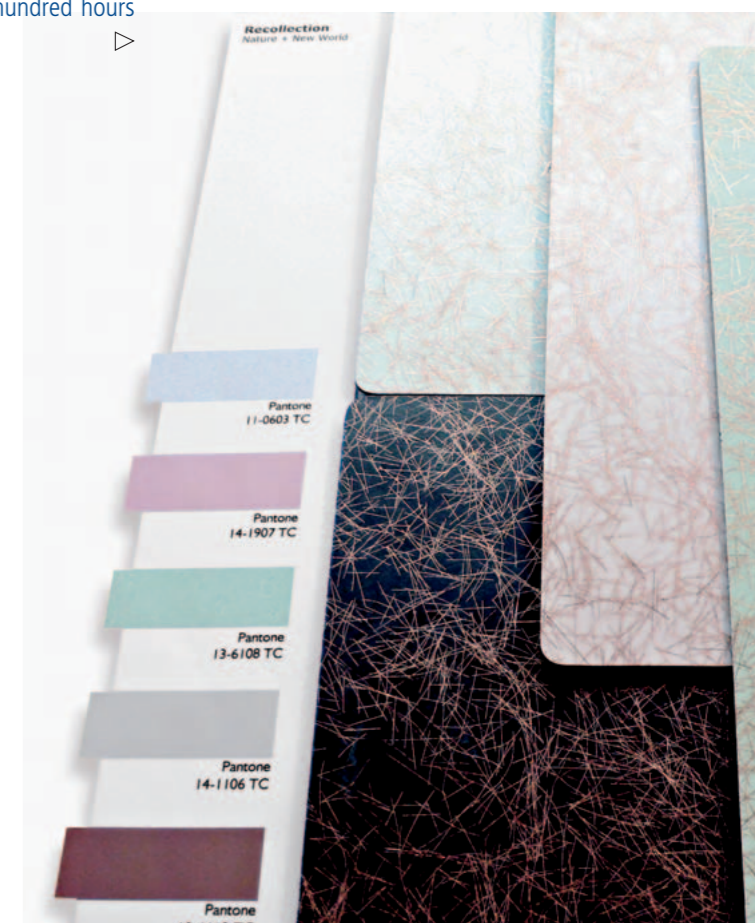
The colour and theme worlds, which we have prepared, combine the results of several hundred hours of laboratory sampling. ▷

## Glosse 1

*Auf den ersten Blick wird alles klassisch: „Die Designer besinnen sich auf Farben, Materialien, Silhouetten und Stile, die wir kennen und die stilistische Sicherheit bedeuten. Das ist die Antwort auf Unsicherheiten in einer Zeit des Umbruchs. Veränderungen vollziehen sich in einer rasanten Geschwindigkeit. Sie können gerade noch registriert, immer seltener aber verinnerlicht werden. Unsere emotionale Ebene reagiert langsamer als unser Verstand. Wir brauchen Wurzeln, Traditionen, Liebgewordenes, Bekanntes und Akzeptiertes als Referenz für das NEUE.“ (\*)*

## Glosse 1

*At first glance, everything becomes classical: “The designers reflect upon colours, materials, silhouettes, and styles, which we know and which represent stylistic certainty. That is the answer to uncertainties in a world of radical change. Changes take place with breathtaking rapidity. They can only just be noticed, but less and less frequently spiritualised. Our emotional plane reacts more slowly than our understanding. We need roots, traditions, things we have grown to love, things we know, things we accept as a reference for what is NEW.” (\*)*



„... eine Pause, um zu uns selbst zu kommen“ war aus „Storytelling“, dem gefühlsorientierten Thema entliehen. Storytelling thematisiert die Fragen nach dem wirklich Wichtigen im Leben. Ideale, Ehrlichkeit, Menschlichkeit, aber auch Überschaubarkeit, sind die Attribute. Storytelling ist der Komplementär zum stylesicher eingerichteten Interieur, ist das Gefühl „Zu Hause“ zu sein. Zu Hause sind wir privat, dass heißt umgeben mit Liebgewonnenem wie dem Familienerbstück, dem Mitbringsel von einer fernen Reise, dem Flohmarktfund besetzt mit Kindheitserinnerungen. Das Konglomerat des Privaten wird zum Wohnstyle, das Interieur zum Geschichtenerzähler. Gelebte Gegensätzlichkeiten des Privaten sind Inspiration für die Avantgarde.

„The New New“ ist unser Inspirationsthema für das Grundmotiv Impuls. Geschwindigkeit, Hysterie, Hedonismus, Pimp my Life, ermutigen uns zu holographischen Effekten und maximalen Farbkontrasten. Assoziationen zu der glitzernden Swarovski-Kristallwelt sind beabsichtigt.

Demgegenüber stellen wir „Technique Nature“; alles ist pure, die Farbigkeiten bleiben reduziert kühl, die Conclusion-Materialien beschränken sich auf metallische Oberflächeneffekte. Architekten werden es lieben!

Das Cluster Werte entwickeln wir zum Luxus-Thema. „New Rituals“, das sind Gold- und Kupfereffekte auf tiefen, dunklen Farbtönen. Durch die Geschichte bestätigte Werte und Hierarchien sollen unser Design bestimmen. Stylesicher greifen wir jene Materialien heraus, von denen wir wissen, dass sie schon immer Bestand hatten.

Starting from the basic motives Feeling, Value, Impetus, and Purity, the final result should be four design themes. For each theme we develop two material focal points; that is, two completely different „Inclusion“ materials are combined with two ranges of colours to provide five Pantone colours each. The challenge is to generate materialities and colour matches, of which we are sure that they reflect preferences in European interior design.

“... a pause to recover ourselves” was borrowed from “Story-telling,” the emotion-oriented theme. Story-telling thematises our questions as to what is truly important in life. Ideals, honesty, humanity, but also clarity, are the attributes. Story-telling is the complement to the stylishly furnished interior, it is the feeling of being “at home.” At home we are in a private world, that is, surrounded by things we have learned to love, such as a treasured family heirloom, a souvenir from a distant journey, or a purchase from the flea market laden with childhood memories. The conglomerate of our private world becomes our style of dwelling, the interior becomes a story-teller. Opposing characteristics of our private world, which we have experienced are inspiration for the avant-garde.

The “New New” is our inspiration theme for the basic motive Impetus. Rapidity, hysteria, hedonism, Pimp my Life encourage us to create holographic effects and maximum colour contrasts. Associations with the glittering crystal world of Swarovski are intentional. Opposite this, we position “Technique Nature”; everything is pure, the colours remain cool, the Conclu-

## Glosse 2

*Auf den zweiten Blick wird alles avantgardistisch:*

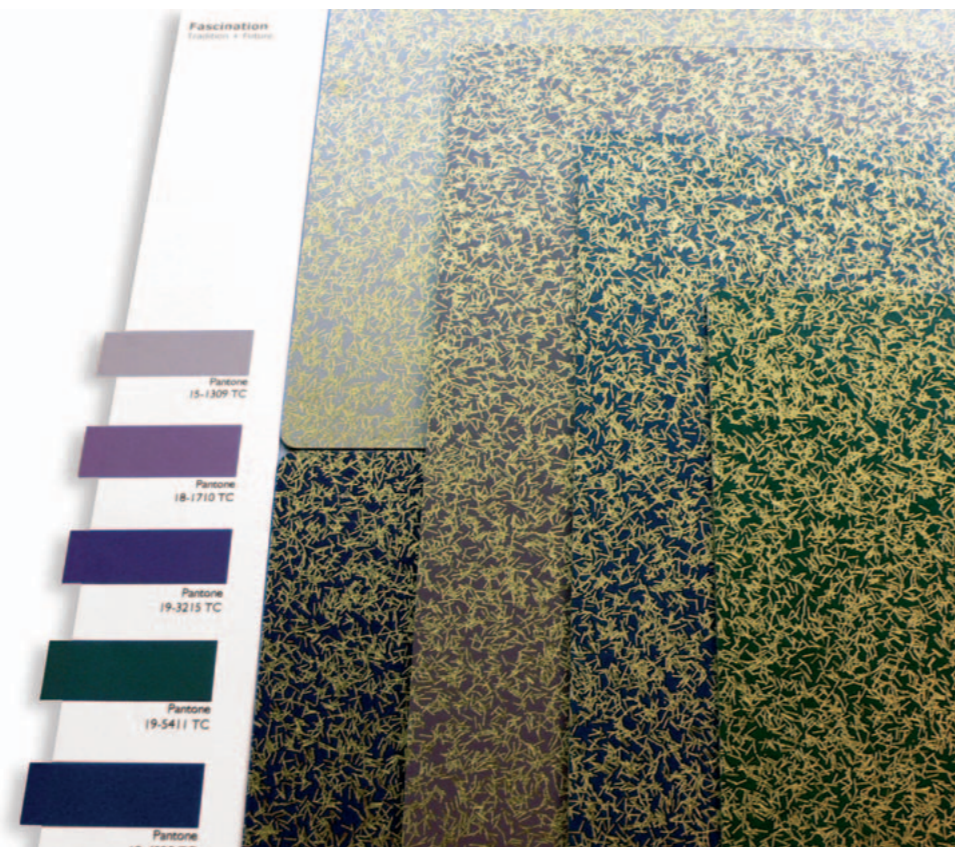
*„Die Farben treten mehr denn je als Stimmungs- und Thementräger auf. Es gibt kaum noch saisonale Farb- und Stimmungsklischees. Unterschiedliche Themen werden durch unterschiedliche Stile gekennzeichnet. Bekannte Silhouetten werden durch überraschend neue Details erneuert. Keine Doppelgesichtigkeit, sondern sich gegenseitig steigernde modische Pole: Klassik und Avantgarde, Sicherheit und Experiment, Alt und Neu, Tradition und Moderne. Daraus entwickelt sich eine Art modische Persönlichkeit.“ (\*)*

## Glosse 2

*At second glance, everything becomes avant-garde:*

*“More than ever, the colours appear as mood- and theme-bearers. Seasonal colour- and mood-clichés are scarcely to be found. Different themes are marked by different styles. Familiar silhouettes are renewed with surprisingly new details. This is not a question of being two-faced, but of fashion poles mutually enhancing one another: classical and avant-garde; reliability and experiment; old and new; traditional and modern. From this is developed a kind of fashionable personality.” (\*)*

(\* Zitat / Quotation: VDMD)



## Glosse 3

*Wikipedia: Papier (von französ.: papier, aus griech.: pápyros „Papyrusstaude“) ist ein Material, das vorwiegend zum Beschreiben und Bedrucken verwendet wird und größtenteils aus pflanzlichen Fasern besteht. Normalerweise wird es in dünnen Schichten verwendet; es kann aber auch zu massiven Objekten, wie Pappmaché, geformt werden. Heute wird Papier in der Regel aus Holzschliff oder Zellstoff hergestellt. Der kulturell wichtigste Papiertyp ist das Schreibpapier.*

*Weitere Einsatzgebiete sind beispielsweise Verpackungen aus Pappe, Toilettenpapier, Bastelarbeiten und Wohnungseinrichtungen wie die Tapete. In Japan und China wird Papier in der Inneneinrichtung vielfältiger verwendet, wie beispielsweise für die japanischen Shoji, mit durchscheinendem Wasbi-Papier bespannte Raumteiler.*

Der Inspirationskreis soll sich später am Abend wieder schließen. Im Merrell Inn suchen wir vergebens nach einem Objekt, das uns nicht durch seine Geschichte zu beeindrucken weiß. Erst der nächste Tag in New York empfängt uns mit dem Neuen. Ein erster heißer Frühlingstag lässt Apfelknochen ungeachtet des sie umgebenden Stadt-Dschungels aufbrechen. Die Prozesse der Natur scheinen hier schon auf das „Neue“ optimiert. □

## Glosse 3

*Paper (from French papier, from Greek pápyros (papyrus stems) is a material that is mainly used for writing and printing, and consists mostly of vegetable fibres. It is normally used in the form of thin sheets, but can also be formed into 3-dimensional objects e.g. papier-maché. Today, paper is generally made from mechanical wood pulp or cellulose. The culturally most important type of paper is writing paper.*

*Further applications are, for example, packing materials of cardboard, toilet paper, handicrafts and furnishing materials such as wall paper. In China and Japan, paper is used in interior decoration, for example Shoji, the Japanese sliding doors (room dividers), which are covered with translucent Washi paper.*

tion materials restrict themselves to metallic surface effects. Architects will love it!

The cluster “Values” we develop to a luxury theme. “New Rituals,” namely gold and copper effects on deep, dark colour tones. Values and hierarchies confirmed by history shall determine our design. Stylishly confident, we single out those materials, which we know have always existed.

The circle of inspiration is to close later in the evening. At the Merrell Inn, we search in vain for an object that can impress us not only with its history. Only the next day, in New York, welcomes us with what is new. A first, hot spring day brings out apple blossom buds uncaring of the surrounding city jungle. Here, the processes of Nature seem already optimised to what is “New.” □



Rolf Warda

Jahrgang 1955, Diplom Designer, Fachrichtung Objekt-design, Trendmonitoring, Designmanagement, Produktentwicklung, Objektgestaltung

2000 Gründung von warda design

2002 Gründung von grappa design approach bv mit den Partnern Klaaysen Design bv, Niederlande, und Dr. Leonhard Oberascher (Design- und Architektur Philosophie), Österreich

2005 Aufbau von Material ConneXion Cologne

Born 1955, Diplom Designer, object design, trend monitoring,

design management, product development, designing of public building

2000 foundation of warda design

2002 foundation of grappa design approach bv with partners Klaaysen Design bv, Niederlande, and Dr. Leonhard Oberascher (design- and architecture philosophy), Austria

2005 building up of Material ConneXion Cologne