

# arcade



Mailand  
**BUNT+**  
**VERSPIELT**

ALLES GANZ INDIVIDUELL

Das große  
Boden-  
Special

Ascona: Hotel Eden Roc

**Mediterrane  
Opulenz**



DOMOTEX 2018

# Boden anders wahrnehmen

2018 wird bei der Domotex vieles anders. Neben der neuen Hallenstruktur gibt es in Halle 9 die Erlebniswelt 'Framing Trends' mit Produktinszenierungen zum Leitthema 'Unique Youniverse'. Das Highlight sind 24 'Flooring Spaces'; kuratiert von einer hochkarätig besetzten Jury. Im Gespräch mit arcade erklärte der Juryvorsitzende und Architekt Peter Ippolito, warum er erreichen möchte, dass Boden anders wahrgenommen wird.

**Herr Ippolito: Was reizt Sie am Engagement für die Domotex, was erwarten Sie?**

**Peter Ippolito:** „Eine starke Plattform mit starken Beiträgen und starken Aussagen. Der Boden ist sicherlich eine der prägendsten Oberflächen im Raum und eine spannende Möglichkeit, bei einem Projekt Identität zu schaffen. Als Identity Architects entwickeln wir Welten, die sehr individuell auf jeden Kunden und dessen Zielgruppe zugeschnitten sind. Daher ist die Individualisierung von Oberflächen, und hier sind wir beim Leitthema 'Youniverse', in vielen Projekten eine Chance, unser Konzept

sehr präzise im Raum und damit auch auf die Aussage des Bodens übersetzen zu können.

**Warum ist das Thema Individualisierung so spannend?**

**Peter Ippolito:** Es ist sicherlich in vielerlei Hinsicht eines der spannenden Themen in dieser Zeit. Einerseits ist es heute so, dass wir über moderne Produktionsmethoden mehr und mehr in die Situation versetzt werden, tatsächlich mit nicht so großem Aufwand Oberflächen und Produkte so zu gestalten, dass sie in Kleinstserien individuell herstellbar sind. Das war vor zehn Jahren noch anders. Gleichzeitig spiegelt es einen Trend wider. Aufgrund der allgegenwärtigen Suche nach Selbstverortung, Selbstbestimmung und Einzigartigkeit werden Produkte und Dienstleistungen immer stärker personalisiert und individuell angefertigt. Und da stellt sich die Frage, wie kann

Raum, aber auch ganz grundsätzlich das Erleben gestaltet sein, um mir das Gefühl zu geben, Teil einer ganz auf mich zugeschnittenen Erfahrung zu sein. Und so versuchen Systemrestaurants alles, um nicht wie ein Kettenrestaurant auszusehen, und Ladenketten werden im Zusammenspiel von sichtbarem Raum und unsichtbarer, datengestützter Digitalisierung zu individuell erfahrbaren Erlebnisräumen.

**Rechnen Sie mit einer Flut von Bewerbungen? Am 20. Juli, dem Einsendeschluss, sind die Neuheiten für 2018 ja noch lange nicht entwickelt.**

**Peter Ippolito:** Das trifft den Kern und macht gerade den Unterschied dieser Show zum Rest der Messe aus. Wir sprechen nicht per se über Produkte. Es geht nicht um Neuheiten, obwohl die natürlich auch eine Rolle spielen, sondern wir sprechen über eine thematische Inszenierung. Was diese Fläche möchte, ist, jenseits der reinen Produktvorstellung das Thema Boden in einen gesellschaftlichen und gestalterischen Kontext zu setzen. Bei den Präsentationen der Hersteller geht es zunächst darum, inhaltliche Ideen in Verbindung mit dem Material darzustellen. Da denken wir, dass es schon ganz gut ist, vor der Sommerpause einen Querschnitt zu sehen und die Ideen zu sammeln. Dann bleibt genug Zeit, zu sondieren und auszusuchen.

**Gibt es eigentlich schon einen Kriterienkatalog?**

**Peter Ippolito:** Nein, der ergibt sich in der Regel aus der Dynamik eines Juryprozesses. Es gibt ein Thema, an dem wird sich jede Idee, die die Fläche besetzt, messen müssen. Und natürlich hoffen wir darauf, dass die Firmen die Chance nutzen, eben aus der reinen Produktpräsentation einen Beitrag in Richtung Individualisierung und neuer Craftmanship zu machen. Ich denke, das ist die Chance, die dieser Ort hat, mit dem er eine Relevanz erzeugen kann in der Wahrnehmung. Natürlich auch in der Wahrnehmung von uns Gestaltern und Architekten, um mit der Domotex so den nächsten Schritt zu gehen.

Vorsitzender der 'Flooring Spaces'-Jury ist Peter Ippolito, der 2002 mit Gunter Fleitz die Ippolito Fleitz Group in Stuttgart gründete. 2015 wurden die Gründer als erste deutsche Gestalter aus dem Bereich Innenarchitektur in die 'Interior Design Hall of Fame' aufgenommen.



Die Domotex fokussiert sich stärker auf Trends und Lifestyle. Aussteller haben die Chance, ihre Kreativität zum Thema 'Unique Youniverse' zu beweisen. Auf 24 'Flooring Spaces' sind sie dabei, wenn sie die Jury überzeugen. Unter Vorsitz von Peter Ippolito kuratieren Dr. Susanne Kaufmann, Mitarbeiterin an der Staatsgalerie Stuttgart, Hendrik Müller, Architekt und Gründer des Münchner Büros Einzu33, und Susanne Schmidhuber, Gründerin und Partner vom Münchner Designbüro Schmidhuber (o., v.l.).

**Domotex 2018:** Auf dem Weg zu mehr Lifestyle ++ **Termin:** 12. bis 15. Januar 2018 in Hannover – neu ist Freitag als erster Messtag ++ **Leitthema:** 'Unique Youniverse' ++ **Sonderfläche 'Framing Trends':** Vier Module in Halle 9 ++ **Highlight:** 24 'Flooring Spaces'-Aussteller können ihre Konzepte bis zum 20. Juli einreichen. Infos gibt's unter [www.domotex.de/de/anmeldung](http://www.domotex.de/de/anmeldung) ++ **Weitere Module:** 'Living Spaces' mit gemeinsamen Inszenierungen von Ausstellern und Unternehmen aus dem Interior-Design, 'NuThinkers' mit Ideen von Studenten, Nachwuchsdesignern und Start-ups sowie 'Art & Interaction' mit Präsentationen aus Kunst und Design ++ **Veränderungen:** neue Hallenstruktur, die dem vielfach erweiterten Angebot der Aussteller besser Rechnung trägt