



Projekt . Project „Into Spaces“ lautet 2015 das Design-Motto des Dekorherstellers INTERPRINT. Dem Motto widmet sich eine verkaufsstrategische Eventreihe, die Raumwahrnehmung als Basis der Produktkommunikation forciert. Zwei Hauptevents bestimmen hierbei das Designjahr. Während die Kunden bei den hauseigenen Möbeltagen über multimediale Stationen mit dem „atmosphärischen Raum“ konfrontiert werden, fordert eine lineare Rauminstallation im Rahmen der Fachmesse INTERZUM die Wahrnehmung für den „gebauten Raum“. „Into Spaces“ is the 2015 design motto of the decor printer INTERPRINT. The motto is dedicated to a strategic series of commercial events that focus on the perception of space as basis for product communication. The design year is shaped by two major events. While customers are faced with the “atmospheric space” during internal “furniture days” using multimedia stations, the linear installation during the INTERZUM trade show promotes the perception of “built space”.

INTERPRINT „Into Spaces“

Marketingkonzept / Rauminstallation . Marketing concept / installation

Design

DIIIP, Jochen Reetz, Jeanette Kaesberg, Kerstin Meerbach, Cologne, Germany, www.diiip.net
Warped Type, Dusseldorf, Germany, www.warpedtype.com

Auftraggeber . Client

INTERPRINT GmbH, Arnsberg, Germany, www.interprint.de