

material+technik möbel

powered by MÖBELMARKT

02|26

Oberflächen:
Decorative Surfaces
Conference mit Top-
Themen für Experten

Punktlandung:
Die Holz-Handwerk war
der Branchen-Hotspot
im Frühjahr

Trendschau:
Auf der Euroshop die
Zukunft des Ladenbaus
erleben

Gekommen um zu **bleiben!**

Geht es Ihnen mit manchen sogenannten Hype-Themen auch so, dass nach dem Hype ganz schnell die Ermüdung kommt? Dass man es einfach nicht mehr hören kann, weil man es schon viel zu oft gehört hat? Ich jedenfalls kenne dieses Gefühl, und aktuell ist es zugegeben die Künstliche Intelligenz, die mir fast schon ein wenig zu den Ohren herauskommt.

Aber ganz ehrlich? Es nützt ja nichts. Die KI ist, da sind sich die Experten einig, gekommen, um zu bleiben. Und ich bin mir sicher, dass sie recht haben. Ich bin mir nur noch nicht ganz sicher, ob mir das immer gefällt. Aber danach fragt natürlich niemand.

Dass die KI auch in unserer Branche längst angekommen ist, erfuhr mein Kollege Richard Barth in München auf der Decorative Surfaces Conference, auf der unter anderem KI-Tools für die Dekorentwicklung vorgestellt wurden – mehr dazu lesen Sie ab Seite 52.

Und auch beim Furniture Talk in Bünde stand die Künstliche Intelligenz im Mittelpunkt. Gastgeberin Katrin de Louw hatte dafür sowohl Experten aus dem Handel als auch aus der Industrie auf die Bühne gebeten, die glaubwürdig darlegen konnten, warum man KI eher als Chance denn als Bedrohung begreifen sollte. Mieses langjähriger Design-Chef Andreas Enslin will sich trotz seines grundsätzlichen Optimismus einen kritischen Blick bewahren. Warum? Das lesen Sie auf Seite 55.

Auf den Messen Euroshop (ab Seite 70) und Holz-Handwerk (ab Seite 62) spielten IT, Software und KI auch eine große Rolle. Aber zum Glück kamen auch sehr handfeste Trends und Techniken rund um Gestaltung, Konstruktion und Verarbeitung nicht zu kurz. Diese live zu erleben, hat mal wieder großen Spaß gemacht. Beide Veranstaltungen konnten mit knapp über (Euroshop) oder fast (Holz-Handwerk) 80.000 Besuchern wieder echtes Messe-Feeling mit vollen Ständen und Gedränge auf den Gängen vermitteln.

Mein Eindruck von allem, was ich in den letzten Monaten gesehen und gelernt habe, ist, dass Künstliche Intelligenz in ganz vielen Bereichen des täglichen Lebens und der Geschäftswelt auf Dauer eine wichtige Rolle spielen wird. Aber es gilt auch hier das, was eigentlich immer gilt: Wenn man es macht, sollte man es richtig machen.

Als ich dieser Tage auf RTL die Dokumentation „Inside IKEA – Die Geheimnisse des Möbelgiganten“ gesehen habe, fielen mir vor allem die mittels KI – inklusive schwedischer und englischer Fake-Akzente – übersetzten und eingesprochenen Interviews aus der Zentrale des Möbelriesen unangenehm auf. Das war ein guter Beleg dafür, dass man nicht alles machen sollte, nur weil man es kann. Es muss eben auch Sinn ergeben – und vor allem: Es muss auch gut sein.

Herzlichst, Ihr




Arnd Schwarze
Redaktionsleiter
schwarze@ritthammer-verlag.de



Holz-Handwerk | Seiten 62–69



Euroshop | Seiten 70-72

Inhalt

- 46 Editorial
- 47 Inhalt
- 48 News aus der Branche
- 52 Zusammenarbeit als Ausweg
- 55 Designtrends mit KI und Bauchgefühl
- 56 Pick Your Green!
- 58 Ein System aus Lösungen für die Küche
- 60 Akustik und Ästhetik im Dekorverbund
- 62 Holz-Handwerk punktete mit breiterem Angebot
- 64 Top-Produkte für Schreiner
- 69 Inspiration für alle Wohndimensionen
- 70 Shopgestaltung wird nachhaltig
- 73 Perspektivwechsel



Decorative Surfaces Conference | Seiten 52-54



Egger | Seiten 60-61



Zum Titelbild:
 Der italienische Zulieferer SCILM startet in Deutschland mit den Industrievertretungen Tigges durch.
Lesen Sie mehr ab Seite 58.

Impressum
 Erschienen im MÖBELMARKT April 2026
 Verlag Matthias Ritthammer GmbH
 Emmericher Str. 10 · D-90411 Nürnberg
 Telefon: +49 (0) 911 95578-35
 Fax: +49 (0) 911 95578-11
 Internet: www.material-technik.de
 E-Mail: redaktion@ritthammer-verlag.de
 Redaktion: Arnd Schwarze (Leitung), Stefan Mielchen, Philipp Gassner, Sebastian Lehmann
 Freie Mitarbeiter: Richard Barth, Klaus Leonhard, Alexandra Bewermeier-Helms

Pick Your Green!

Interprint bietet vier nachhaltige Papiere für den Dekordruck | Neue Konzepte



Da freut sich nicht nur der Wald, sondern auch der Dekordrucker und der Möbelkunde: Auch auf Recyclingpapier sieht das „Tailor-Oak“-Dekor makellos aus und hat beste Oberflächeneigenschaften. Fotos: Interprint

Nachhaltigkeit im Dekordruck ist längst kein isoliertes Materialthema mehr. Der Erwartungsdruck entlang der gesamten Wertschöpfungskette ist spürbar gestiegen. Regulatorische Vorgaben in der EU, Handel, Verarbeiter und Endkunden fordern zunehmend Materialien, die auch ökologische Kriterien erfüllen – nachvollziehbar, zertifiziert und skalierbar. Entscheidend ist dabei: Es geht nicht um Greenwashing, sondern um tatsächlich belegbare Nachhaltigkeit

entlang der gesamten Lieferkette. Aber wie lassen sich Anforderungen zu mehr Nachhaltigkeit mit den hohen technischen Ansprüchen des Dekordrucks vereinbaren? Der international agierende Dekordrucker Interprint fördert bereits seit über 15 Jahren gemeinsam mit Zulieferern die Entwicklung hochwertiger, nachhaltiger Dekorpapiere. Kontinuierlich hat Interprint neue Materiallösungen getestet, validiert und in die Praxis überführt. Mit „Pick Your

Green!“ legt Interprint heute ein Portfolio mit vier differenzierten Ansätzen vor, die nicht nur nachhaltige Alternativen für den analogen und digitalen Dekordruck bilden, sondern deren Wirkung und Herkunft auch belastbar nachgewiesen werden können.

Cradle-to-Cradle-Zertifizierung

Vermutlich gibt es weltweit keine anspruchsvollere Nachhaltigkeitszertifizierung

als den Cradle-to-Cradle-Standard. Denn er bewertet nicht nur die Zusammensetzung und Sicherheit eines Produkts entlang der Lieferkette, sondern auch seine umfassenden ökologischen und sozialen Auswirkungen. Interprint kann für diese speziellen C2C-Papiere nachweisen, dass nur Rohstoffe aus dem Papierrecycling sowie FSC-zertifizierte Zellulose aus nachhaltiger Forstwirtschaft verwendet werden. Hinzu kommen weitere nach-

weisbare, transparente und rückverfolgbare Aspekte wie nachhaltige Energieerzeugung sowie wasser- und ressourcenschonende Produktionsprozesse bei der Papierherstellung des Interprint-Partners Cartiere di Guarcino. Die Nachhaltigkeit ist somit kein leeres Versprechen, sondern eine messbare und zertifizierbare Größe. Ideal also für Unternehmen, die eine transparente, nachhaltige Kreislaufwirtschaft mit Zertifizierung erwarten. Auch Interprint reiht sich als nachhaltiges Unternehmen in diesen Kreislauf ein. Beispielsweise hat Interprint Deutschland 2025 44% der verbrauchten Energie selbst generiert sowie Produktionsprozesse und Logistik optimiert.

Recyclingpapier

Kunden, die bewährte Nachhaltigkeit suchen und einen klar reduzierten ökologischen Fußabdruck erwarten, wählen bei Interprint das Recyclingpapier. Bis zu 25 % CO₂-Reduzierung gegenüber Standard-Dekorpapier – das erzielt Interprint mit seinen nachhaltigen Alternativen aus recycelten Fasern, welche der Spezialpapieranbieter Felix Schoeller made in Germany bereitstellt. Die Druckqualität bleibt hoch, die Optik hochwertig. Hohe Lichtechtheit und gleichbleibende Oberflächeneigenschaften überraschen auch kritischste Einkäufer. 2025 stellte Interprint zum Beispiel das beliebte Dekor „Tailor Oak“ auf diesem alternativen Papiertyp vor.

Silphie-Papier

Silphie ist vermutlich wenigen ein Begriff. Dabei ist Silphie äußerst reizvoll. Eine Pflanze, die für die Biogasproduktion in Deutschland angebaut wird – regional, ressourcenschonend, schnell nachwachsend und mit sehr gutem CO₂-Fußabdruck. Als mehrjährige Kulturpflanze ist sie mindestens 10 Jahre nutzbar, blüht lange, und Bienen lieben sie. Was nach der Ernte übrig bleibt und nicht verwendet wird, bildet die Basis für ein innovatives Papier. Mit sichtbaren Fasern. Mit besonderer Ästhetik. Mit jeweils einzigartigen Oberflächen. Und genau diese Einzigartigkeit kann bewusst Teil eines neuen Designs sein. So wird die scheinbare „Unvollkom-


menheit“ zum Markenzeichen spezieller Kreativ- oder Steindekore. Designer, die ihren Produkten neben einer besonderen Optik auch eine glaubwürdige Nachhaltigkeitsstory geben möchten, entscheiden sich häufig für die Materialinnovation von Interprint und Felix Schoeller.

Second-Harvest-Papier

Mit dem Dekordruck auf Second-Harvest-Papier des Herstellers Felix Schoeller New Materials mit Sitz in China beweist Interprint seit 2023, dass sich selbst aus Ernteresten schnell nachwachsender Pflanzen nachhaltige und hochwertige Dekorpapiere fertigen lassen. Die ansonsten überschüssigen Reste der ersten Ernte wurden bislang meist klimaschädlich verbrannt. Für den Dekordruck wird also nichts extra angebaut, sondern vielmehr ressourcenschonend genutzt, was bereits vorhanden ist und ansonsten verloren wäre. Zero Waste in Reinform.

Vier Alternativen und klare Empfehlungen

So mancher stellt sich jetzt die Frage: „Welche Art der Nachhaltigkeit passt zu meinen Produkten?“ Interprint sieht sich in dieser Frage selbst als Innovationsführer und ist davon überzeugt, für jede Anforderung die passende Papierempfehlung zu haben.

„Ziel für alle sollte in Zukunft sein, aus der bislang noch exklusiven Nachhaltigkeit eine neue Normalität für Produktion und Produkte zu schaffen. Interprint hat vor langer Zeit die ersten Schritte gewagt und ist ein gutes Stück als Pionier vorausgegangen. Nun gilt für alle: Pick Your Green!“, heißt es von dem Dekordrucker wörtlich. 

[moebelmarkt.de](https://www.moebelmarkt.de) → **PRODUKT**

Vier verschiedene Ansätze, vier verschiedene Papiere, viermal nachhaltiges Dekor: Das „Pick Your Green“-Portfolio von Interprint soll ein großer Schritt in Richtung „Nachhaltigkeit als Normalität“ sein.

PICK YOUR GREEN



Ein System aus Lösungen für die Küche

Beim italienischen Zulieferer SCILM wird seit fast 50 Jahren mit Leidenschaft an Verbesserungen für die Küche gearbeitet | Neue Konzepte



Der italienische Zulieferer SCILM setzt auf mehr Design und funktionale Lösungen auch in deutschen Küchen. Fotos: SCILM

Vor fast 50 Jahren, genauer 1977, wurde die "Società Commerciale Industria Lavorazione Metalli" gegründet und sitzt auch heute noch in Cittadella mitten im italienischen „Furniture District“.

Übersetzt bedeutet das schlicht „Metallverarbeitungsunternehmen“, weswegen man in der Branche heute eigentlich nur noch unter der deutlich prägnanteren Abkürzung SCILM be-

kannt ist. Die Gründer Loris Beghetto und Paolo Scudiero waren von der Frage angetrieben: „Wie können wir das Küchenerlebnis vereinfachen?“ Sie entwickelten eine Leidenschaft dafür, innovative Lösungen zu entwickeln, und ein Patent folgte dabei auf das andere. Heute stellen sich die Vertreter der zweiten Generation des Familienunternehmens immer noch die gleiche Frage. Nur dass die Antwort von SCILM darauf inzwischen ein ganzes System an Lösungen für die unterschiedlichsten Probleme in der Küche ist. Eine ganze Welt aus sichtbaren und unsichtbaren SCILM-Produkten soll die Arbeit in der Küche einfacher, funktionaler und schöner machen.

Zwei Materialien, ein Spezialist

Der Erfolg von SCILM fußt nicht zuletzt auch auf der intelligenten Kombination von zwei Materialien. Schon 1980 entwickelte man die mit Aluminium beschichtete Kunststoffsockelleiste, die schnell den kompletten südeuropäischen Markt eroberte und quasi zum Standard wurde. Dabei legte man von Beginn an großen Wert darauf, Kompe-

tenz im eigenen Unternehmen zu bündeln, und investierte nicht nur in eine eigene Kunststoff-Extrusion, sondern übernahm 1998 auch den Aluminiumverarbeiter Oxidal, um sich noch breiter im Aluminiumbereich aufzustellen. Die Kombination der beiden Materialien ermöglicht es SCILM heute, eine breite Palette an Produkten gerade für die Küche, aber auch darüber hinaus zu produzieren. Und wie bei den Gründern steht dabei Innovation im Fokus. Und ganz besonders die Montagefreundlichkeit der Produkte. So zum Beispiel mit dem patentierten, magnetischen Befestigungssystem „Blink“ für Sockelleisten, das es den Monteuren beim Aufbau und auch den Endkunden bei der Wartung der Küche so viel leichter macht.

Wachstum in Deutschland

Seit Anfang dieses Jahres arbeitet man bei SCILM auch mit der Industrievertretung Tigges aus Lippstadt zusammen. Von der Kooperation mit Marc Tigges und seinem in der ostwestfälischen Küchenindustrie bestens vernetzten Team verspricht man sich nicht nur neue Um-



Das patentierte magnetische Befestigungssystem „Blink“ für die Sockelleisten macht es nicht nur den Monteuren leichter, sondern auch den Endkunden bei Reinigung und Wartung der Küche.



Regalsysteme aus Aluminiumprofilen gehören zu den Highlights im gehobenen Küchendesign. SCILM hat diese Systeme ebenso im Programm ...



... wie Griffmulden aus Aluminium. Leichte Montage und Reinigung lassen die Küche schnell in neuem Glanz erstrahlen.

sätze, sondern vor allem einen wichtigen Wissenstransfer: „Unsere DNA liegt in Italien, viele Unternehmen in Deutschland haben jedoch individuelle Ansprüche“, erklärt Exportleiter Adalberto Zisa. „Aber eine unserer Stärken ist es, mit unseren Kunden speziell auf ihre Bedürfnisse angepasste Produkte zu entwickeln. Das wollen wir auch auf dem wichtigen deutschen Markt noch stärker als bisher erreichen“. Gemeinsam mit dem langjährigen Area Sales Manager Nenad Simunec soll Marc Tigges nun die großen Potenziale für SCILM bei der deutschen Küchenmöbelindustrie heben. Dass man das kann, hat das Unternehmen längst bewiesen: „60 Prozent der Küchen in Europa werden von nur 20 Unternehmen hergestellt, und 10 davon beliefern wir bereits“, so Vertriebs- und Marketingchef Alessandro Zanotto. Und da sollen nun einige weitere hinzu kommen.

Modernes Portfolio für mehr Wachstum

Das Portfolio für die Wachstumsambitionen hat man bei SCILM bereits, längst besteht die Produktpalette nicht mehr nur aus Sockelleisten und Schrankfüßen für die Küche. Zu den Neuentwicklungen gehören beispielsweise bodentiefe Schrankfronten mit integrierter Luftansaugung, um Wärme und Feuchtigkeit hinter dem Kühlschrank abzuleiten. Oder auch Aluminiumtürrahmen für mehr Design in der Küche, bei der das Scharnier ausschließlich im Aluminiumprofil sitzt, das vor die gekürzte Innen-

Rund 180 Mitarbeiter produzieren längst nicht mehr nur für den Heimatmarkt. Die Hälfte des Umsatzes wird bereits im Ausland erwirtschaftet, unter anderem in Deutschland und eine eigene Vertriebsgesellschaft in den USA.

platte der Vitrine gesetzt wird – wieder eine sehr montagefreundliche Lösung. Herausziehbare Tablare mit Glas oder Holzboden, die sich wenden lassen, um so zwei unterschiedliche Höhen zu erreichen, gehören ebenfalls zu den designorientierten Lösungen, mit denen SCILM nun auch verstärkt auf dem Deutschen Markt punkten will.

Forschung und Entwicklung


Für die Entwicklungspartnerschaften mit der deutschen Möbel- und Küchenindustrie sieht man sich bestens aufgestellt, denn: „Bei SCILM in Italien arbeiten aktuell neun Mitarbeiter in der Forschung und Entwicklung, aber nur drei im Vertrieb – bei den meisten Unternehmen ist es umgekehrt“, so Alessandro Zanotto. Bereits heute sind rund 30 Prozent der Produkte individuelle Entwicklungen für einzelne Kunden. Mit der verstärkten Offensive auf dem deut-

schen Markt soll dieser Anteil noch einmal deutlich wachsen – eben auch durch das Mitwirken von Marc Tigges und seinem Team.

Und wachsen soll möglichst auch der Umsatz, den die Italiener aktuell mit rund 75 Millionen Euro beziffern. In wirtschaftlich schwierigen Zeiten und in einem nicht einfachen Wettbewerbsumfeld eine anspruchsvolle, aber machbare Aufgabe. Denn neben Südeuropa und Deutschland liegt ein weiterer Schwerpunkt auf dem US-Markt, wo man bereits seit 2011 mit einer eigenen Vertriebs Tochter vertreten ist.

Business mit Haltung

Geschäfte machen ist wichtig, Geschäfte richtig machen ist aber noch wichtiger. Deswegen setzt man bei SCILM auf eine Firmenpolitik, die eng an den fünf zentralen Unternehmenswerten orientiert ist, die für alle der rund

180 Mitarbeiter gelten: Integrität: Gegenüber Gesetzgebern, Zulieferern, Kunden, Mitarbeitern und Stakeholdern Integrität bewahren. Ergebnisorientiertheit: Dank optimaler Arbeitsumgebung, der Förderung der Mitarbeiter entsprechend ihren Talenten und der Bereitstellung der besten Hardware und Software die besten Ergebnisse erzielen. Soziale Verantwortung: Nachhaltiges Arbeiten und einen wichtigen Beitrag zur wirtschaftlichen und kulturellen Entwicklung der Region und der Gesellschaft leisten. Respekt vor dem Individuum: Bei SCILM vertraut man auf die Menschen, die das Unternehmen ausmachen und darauf, dass diese Menschen sicher arbeiten können. Beteiligung: Alle Mitarbeiter tragen zum Erfolg des Unternehmens bei und sollen aktiv an der Unternehmensführung beteiligt werden. Arnd Schwarze 



Die Akustikpaneele von Egger punkten nicht nur mit ihrer hohen Qualität und akustischen Wirksamkeit, sondern auch durch den Dekorverbund mit anderen Plattenmaterialien aus der „Dekorativ 26+“-Kollektion. Fotos: Egger



Akustik und Ästhetik im Dekorverbund

Der Bedarf an Akustikpaneelen steigt weiter und Egger bietet dafür die technisch und ästhetisch passenden Lösungen | Neue Programme

Das Bewusstsein für das Wohlbefinden in Innenräumen und damit verbunden die Akustik nimmt stetig zu. Der Holzwerkstoffspezialist Egger bietet hierfür die sowohl ästhetisch als auch technisch passenden Lösungen an. Denn die „Egger Dekorative Akustikpaneele“ sind in den 220 Designs der Kollektion „Dekorativ 26+“ verfügbar und bieten so in Kombination mit Schichtstoffen, dekorativen Platten, dekorativen „Flammex“-Produkten und passenden Egger-Kanten die Möglichkeit, ganz-

heitliche Raumkonzepte bei gleichzeitiger Integration akustischer Maßnahmen umzusetzen.

„Schlechte Akustik hört jeder“

„Gute Akustik ist kaum zu hören, aber schlechte Akustik hört jeder. Die Dekorativen Akustikpaneele tragen zu einer angenehmen Atmosphäre bei und fördern das Wohlbefinden. Speziell in öffentlichen Räumen, in denen Menschen sich längere Zeit aufhalten, ist dies besonders wichtig. Wir von Egger werden mit diesem Produkt einmal mehr unserer Rolle als Komplettanbieter gerecht: Dank der Dekorvielfalt und dem Materialverbund von 220 Dekor-Struktur-Kombinationen der Kollektion Dekorativ 26+ lassen sich die Akustikpaneele har-

monisch in das Gesamtdesign eines Raumes einfügen. Sie können als Designelement eingesetzt werden, das nicht nur funktional ist, sondern auch zur visuellen Attraktivität eines Raumes beiträgt. Dabei sind sie langlebig, lichtecht und leicht zu reinigen“, fasst Randi Marleen Kieker, Marketingleitung bei Egger für die D-A-CH-Region, zusammen.

Harmonisches und ästhetisches Raumdesign

Das großflächige Format (2.700 x 280 mm) der mit einem integrierten Absorber ausgestatteten Paneele ermöglicht eine effiziente und unkomplizierte Montage auf der Unterkonstruktion mittels der im Verpackungskarton beiliegenden

Fugenkrallen. Die Akustikpaneele können sowohl in privaten Räumen mit kompakten Flächen als auch großflächig im Objektbereich wirkungsvoll integriert werden. Sie sind ideal für Neubauten, nachträgliche Einbauten oder Renovierungen. Die Unterkonstruktion lässt sich auf allen gängigen Wandaufbauten wie Beton, Gipskartonplatten, Ziegel und Holzriegelbau montieren. Die Mittellage besteht aus einer schallabsorbierenden 30-mm-Kartonwabe. Die Sichtseite ist in Längsrichtung durchgehend geschlitzt, die Schlitzlöcher innerhalb eines Paneels sind in drei unterschiedlichen Breiten ausgeführt. Durch die Schlitzlöcher dringen Schallwellen in den Wabenkern ein und werden dort absorbiert. Ergänzend kann der Schall durch die partiell ge-

In Kooperation mit Häfele erlauben die Akustikpaneele von Egger auch elegante Beleuchtungseffekte, die den Räumen eine angenehme Atmosphäre verleihen.

schlitze Rückseite in die Unterkonstruktion eindringen und dort absorbiert werden. Die Nachhallzeit wird reduziert, und die Raumakustik, speziell im für die Sprachverständigung relevanten Frequenzbereich, verbessert sich durch diesen Aufbau.

Auch raumhohe Wandbekleidungen können nahtlos und ohne sichtbare Stöße realisiert werden. Bei einer Deckenmontage oder horizontal montierter Wandbekleidung entsteht ein durchgängiges Erscheinungsbild, das nur wenige stirnseitige Querfugen aufweist. Diese Eigenschaft fördert ein harmonisches und ästhetisches Raumdesign. Die nicht verklebte Montage ermöglicht einen Rückbau, was ideal ist, falls Räume nachträglich umgebaut werden müssen.

An die Zukunft gedacht

Außerdem handelt es sich bei den Akustikpaneelen von Egger um recyclingfähige Verbundplatten, die am Ende ihrer Lebensdauer mechanisch zerkleinert und als Rohstoff für die Herstellung neuer Holzwerkstoffe verwendet werden können. Der Produktaufbau ermög-

licht dank der Kartonwabenmittellage und der bei der Herstellung der Spanplatten eingesetzten Recyclingmaterialien die gezielte Verwendung der wertvollen Ressource Holz. Bei der Entwicklung dieser Akustikpaneele wurde also schon an die Zukunft und an den Wertstoffkreislauf gedacht.

Integrierte Beleuchtung

Die große Dekorauswahl eröffnet Verarbeitern, Architekten oder auch der Büromöbelindustrie vielfältige Möglichkeiten für eine ästhetische Raumgestaltung. Zudem lassen sich mit den Akustikpaneelen Lichtakzente setzen: Integrierte LED-Bänder bieten eine elegante, energiesparende und moderne Beleuchtungslösung für jegliche Projekte. Sie ermöglichen eine individuell angepasste Beleuchtung, die eine angenehme Atmosphäre schafft und die Raumgestaltung platzsparend unterstützt. Das Häfele-LED-Band im Silikon Schlauch mit 10 mm Höhe und 4 mm Breite lässt sich perfekt in die 4 mm breiten Schlitze der Akustikpaneele aus der Egger-Dekorativ-Kollektion integrieren.



Im Objektbereich kommen die Paneele auch großflächig zum Einsatz, beispielsweise raumhoch oder wie hier in der Deckenmontage und weisen dabei nur sehr wenige stirnseitige Querfugen auf.