

Zurück zum Ursprung:

Keramische Renaissance als Gegenentwurf zum Mainstream

Wer heute über einschlägige Fachmessen läuft oder im Fachhandel nach keramischen Wand- oder Bodenbelägen sucht, begegnet in großem Maße Produkten ohne eigene Identität: Oberflächen mit Holz-, Stein-, Beton- oder anderen Dekorvorlagen, dazu möglichst großformatig und mit akkuraten Kanten gelten bei Herstellern und Händlern als erfolgversprechendes Mainstream-Marketing. Doch keramische Fliesen können auch heute noch ganz anders: ursprünglich, kraftvoll und einer modernen Rustikalität. Die hat allerdings nichts mehr mit der eher gutbürgerlichen Rustikalität der 1970er- und 1980er-Jahre zu tun. Wir haben drei Objekte gefunden, in denen die Keramik nicht nur ihre eigene Identität zur Schau stellt, sondern auch den Objekten ganz besondere Ausstrahlung verleiht.

Spannungsreiche Kontraste

gekonnt
inszeniert

Im Apartment „Bazillion“, einer 2016 fertiggestellten Zweitwohnung für zwei Personen, haben die Interior-Designer des YCL Studios eine klare Linie zwischen Tag- und Nachtbereich gezo-



gen, während gleichzeitig die konventionelle Trennung von Nass- und Trockenbereich verschwimmt. Das kompakte 45 Quadratmeter große Apartment besteht im Wesentlichen aus einem offenen Raum, den eine geflieste Wand unterteilt. Es befindet sich in einem neuen Wohngebäude in der Bazilijonu-Straße in der Altstadt von Vilnius und wird vom vielreisenden Auftraggeber für Kurzaufenthalte in der litauischen Hauptstadt genutzt.

Raumtrennung ist in diesem Apartment Programm und wurde von den Innenarchitekten konsequent und markant umgesetzt.

Für die Innengestaltung zeichnet YCL Studio verantwortlich, ein junges Architekturbüro mit Sitz in Vilnius, das von den Architekten Tomas Umbrasas, Aidas Barzda und Tautvydas Vileikis sowie Grafikdesigner Rokas Kontvainis geleitet wird. Sie beschreiben ihr 2011 gegründetes Unternehmen als „kollaborativ arbeitendes Architekturbüro, das in den Bereichen Architektur, Innengestaltung, Planung, Stadtraumgestaltung, Landschaftsdesign und Forschung tätig ist“ und verstehen sich „als Teil der neuen Generation litauischer Architekten, die ihre inter-



Fotos: Agnė Buchtel

nationale Erfahrung nutzen, um die lokale Architektur zu bereichern und zu stärken und ihr über die Grenzen des eigenen Landes hinaus einen Namen zu machen“. Das „Bazillion-Apartment“ ist für Aidas Barzda das gelungene Ergebnis der Arbeit für einen aufgeschlossenen Kunden und der Kooperation mit engagierten Lieferanten und Bauunternehmen.

Bei diesem Apartment haben die Designer



Hier wird der Begriff Duschkabine noch seinem Namen gerecht (rechts). Zwischen den terracottafarbenen raumhoch gefliesten Wänden fühlt man sich geborgen wie in einer Höhle. Gleiches gilt auch für den Sanitärbereich.



verschlafen ist“, erklärt Barzda. „Um diesen Gegensatz auszudrücken, entschieden wir uns, eine klare Linie zu ziehen.“ Diese unterschiedlichen Stimmungen in einem relativ begrenzten Raum umzusetzen, war die Maßgabe und hat sämtliche Designentscheidungen beeinflusst. Nichts sollte die Aufmerksamkeit ablenken. Das Apartment sollte einen starken und unkonventionellen Charakter bekommen, so Barzda.

Wir wollten ein natürliches Material, das den Raum füllen kann und ein Gefühl von Dauerhaftigkeit vermittelt.

AIDAS BARZDA, INNENARCHITEKTIN

den verfügbaren Raum intelligent genutzt und aufgeteilt: Eine schräg verlaufende Wand trennt ihn in zwei gleich große Bereiche, zum einen Wohnbereich und Küche, zum anderen Schlafbereich und Bad. Ersterer ist kühl und leicht, letzterer warm und massiv. Der kühle Teil hat einen weißen Holzfußboden, eine weiße Decke und weiße Wände, während der Boden und die Wände des warmen Teils mit Fliesen in drei Schattierungen eines erdig rotbraunen Farbtons ausgekleidet sind. Die Betondecke dieses Bereichs ist in einem Terrakotta-Farbton gestrichen, der mit den Fliesen korrespondiert. Die Verbindung zwischen den beiden kontrastierenden Bereichen schaffen schwarze, weiße und graue Möbel. Die Abwesenheit anderer Farben hat eine starke Wirkung und vermittelt den etwas ungewöhnlichen Eindruck, sich in einem teilweise farbigen Schwarz-Weiß-Film zu befinden.

Bei der Gestaltung des Apartments haben die Architekten zahlreiche Möglichkeiten erkundet, um beide Bereiche klar voneinander abzugrenzen. „Wir haben uns vorgestellt, dass der Tag hell ist, voller Licht, Gespräche, Freunde und Essen, während die Nacht nach einem privaten, sicheren und gemütlichen Ort verlangt, der leicht dunkel und

Der gewählte Kontrast von weißem Holz mit archaisch-kraftvoller Keramik ist nicht nur an sich bereits sehr stark, sondern beinhaltet zudem eine faszinierende Umkehrung: Die Aufteilung von Apartments richtet sich üblicherweise nach dem Vorhandensein bzw. Nichtvorhandensein von fließendem Wasser. Daher werden Küche, Bad und Toilette meistens zusammen gruppiert und häufig als eine Einheit betrachtet. In diesem Fall dagegen wurden Fliesen nicht für den „nassen“ Bereich in der Küche verwendet, sondern für das Schlafzimmer.

Aus Barzdas Sicht gab es mehrere Gründe, sich in diesem Bereich für diese Fliesen zu entscheiden: „Wir wollten ein natürliches Material, das den ‚Raum füllen‘ kann und ein Gefühl von Dauerhaftigkeit vermittelt.“ Die Farbgebung erinnert dabei an die Backsteinbauwerke der Altstadt von Vilnius. Zudem waren die Designer der Auffassung, dass Keramik die gewünschte ruhige Atmosphäre schafft. Auffälligstes Kriterium ist jedoch die Befreiung der Fliese aus ihrer gewohnten Rolle und ihre Verwendung im Vordergrund und Zentrum des Raums. So unterstreicht das „Bazillion“-Apartment die Vielseitigkeit von keramischen Wand- und Bodenbelägen, die je nach Kontext stilistisch variabel und kreativ einsetzbar sind.

Interior Design als Produkt-Identifikation

Auch in diesem Objekt sorgt eine für aktuelle Fliesen-Gestaltungen eher untypische Materialwahl nicht nur für besondere Aufmerksamkeit, sondern auch für eine klare Identifikation mit den Kernelementen der Markengeschichte.



Das uralte Wissen um die Lebenskraft des Olivenbaums macht die Markenidentität von Oliveda, einem Hightech-Naturkosmetik-Hersteller, aus. Im Flagship Store in Düsseldorf soll dieser Markenwert erlebbar werden. Unternehmen und Interior-Designer entschieden sich für natürliche Materialien, ein Farbkonzept, in dem die schwarze Olive als Hauptbestandteil der Produkte eine wichtige Rolle spielt, sowie für dezente Assoziationen an eine Laborumgebung. Charaktervolle Keramikfliesen aus dem klassischen Tunnelofen unterstreichen dieses Konzept, denn sie verkörpern Originalität, Authentizität und Materialität.

Kassettendecke und Kassentrennen aus Birkenholz schaffen eine naturbezogene Atmosphäre und repräsentieren die Struktur des Baumhauses, in dem 2001 unter Andalusien Sonne das erste Elixier von Oliveda entstand. Ein wichtiger Aspekt war auch die spezielle Farbwelt, die mit den Fliesen an Wand und



Die schwarze Olive ist allgegenwärtig, nicht nur als Ingredienz, sondern leibhaftig, einladend vor dem Geschäft oder auch im Inneren als Dekoration

Boden kriert wurde. Die schwarzen Wand- und Bodenfliesen als Assoziation zur schwarzen Olive sind Sonderfertigungen. Das Waschbecken aus Zink erinnert an eine Laborumgebung und greift das



Fotos: Agrob Buchtal

Thema „Olive Tree Pharmacy“ auf, wie das Label seine Stores bezeichnet. Mit Blick auf den Hauptinhaltsstoff der Produkte prägt der Farbton der schwarzen Olive die Innenarchitektur. Schwarze Wandregale dienen als Plattform zur Präsentation der Produkte und bilden in Kombination mit den schwarzen Wand- und Bodenfliesen einen reizvollen Kontrast zu den Olivenbaumpflanzen im und vor dem Store.

In diesem Fall lohnt sich auch ein Blick auf die Entstehungsgeschichte dieser auch hinsichtlich des Formates ungewöhnlichen Fliesen. Während Keramikfliesen heute überwiegend liegend per Schnellbrand und im Rollenofen hergestellt werden, erfolgt im Gegensatz dazu die Fertigung der Fliesenserie „Craft“, die die Ausgangsbasis der hier verwendeten Fliesen bildete, stehend per Langzeitbrand im klassischen Tunnelofen. Eisenoxidhaltige Tone entfalten durch ausgeklügelte Brandführung ihren einzigartigen Charakter. Durch die Wechselwirkung von Material und natürlichem Spiel des Feuers wird jedes Stück ein Unikat.

Fashion muss sinnlich erlebbar sein und das geht nur im stationären Handel. Davon ist Cecil, Top-Five-Anbieter für Damenmode in Deutschland, überzeugt. Wie Kunden in Zeiten steigender Online-Umsätze inspiriert und typgerecht beraten werden können, das testet das Unternehmen aktuell in sogenannten Retail Laboratories.

Traditionelle Werte für den „Store der Zukunft“



Keine Verkaufstheke, die Kunden und Verkäufer auf Abstand hält, sondern ein Kommunikationstisch mit Stühlen aus einem Material, das ihn selbstbewusst in den Mittelpunkt stellt.

Grundlage für deren Konzeption sind die Wünsche, Bedürfnisse, aber auch Frustrationen der Kundschaft beim Einkauf im stationären Handel. In den Verkaufsräumen in Lüneburg, Langenhagen und Oberhausen hat Cecil nun die Möglichkeit, völlig neue Wege hinsichtlich Ladenbau, Beratungsprozess, Warensteuerung, Multichannel, Kommunikation und Informationstools zu testen, woraus dann Schritt für Schritt der „Store der Zukunft“ entstehen soll.

Der Fokus liegt auf kompetenter Beratung. Dreh- und Angelpunkt im Store in Oberhausen ist der zentrale Kommunikationstisch. Unterstützt durch digitale Multimedia-Tools, die detaillierte Produktinformationen, Outfitvorschläge und markenspezifische Aspekte liefern, werden hier die Kundinnen individuell beraten, gleichzeitig aber auch Kassier- und Packvorgänge abgewickelt.

Wegen seiner Bedeutung sollte dieser Kommunikationstisch als Eyecatcher inszeniert werden, für Innenarchitektin Joanna Laajisto, ➡

Ich suchte nach einem authentischen Material, das den Kunden vertraut ist.

JOANNA LAAJISTO, INNENARCHITECTIN



Fotos: Agrob Buchtal

Studio Joanna Laajisto, Helsinki, eine Herausforderung: „Ich suchte nach einem authentischen Material, das den Kunden vertraut ist und das sie gerne berühren. Überzeugt haben mich schlussendlich Keramikfliesen. Das besondere architektonische Stilmittel ergab sich für mich aus einer Kombination von Riemchenformat, glänzender Glasur sowie der Farbe Olivgrün geflammt, die mit den weiteren im Store verwendeten Materialien wie beispielsweise naturbelassenem Eichenholz harmoniert.“

Hier begegnen wir also zum dritten Mal keramischen Fliesen, die so gar nicht in das aktuelle Mainstream-Bild passen. Ihr besonderes Flair ist die urwüchsig-archaische Optik, entstanden durch den Langzeitbrand im klassischen Tunnelofen, eine längst nicht mehr selbstverständlichen Brenntechnik. Im Gegensatz zu den heute üblichen Schnellbrandverfahren im Rollenofen ermöglicht diese Brenntechnik Stück für Stück Unikate, die mit einer hochglänzenden Glasur sowie beeindruckender optischer Tiefe und keramischer Ausstrahlung überzeugen. Laajisto hat das Riemchenformat in einer linearen Anordnung sowohl vertikal als auch horizontal eingesetzt und so Proportionen betont und traditionelle Werte in zeitgenössischer Form in die Moderne transformiert. ◀◀



Das hinsichtlich der Farb- und Materialgestaltung ungewöhnliche Apartment wurde gestaltet von den Architekten Tomas Umbrasas, Aidas Barzda und Tautvydas Vileikis sowie Grafikdesigner Rokas Kontvainis vom YCL-Studio: <http://ycl.lt/>. Die keramische Ausstattung erfolgte mit Fliesen der Serie „Goldine“ von Agrob Buchtal GmbH (Buchtal 1, 92521 Schwarzenfeld, Tel.: 09435-391-0, Fax: 09435-391-3452, www.agrob-buchtal.de/).

Auch die keramische Ausgestaltung des Oliveda Flagship Stores (<https://www.oliveda.com/>) erfolgte mit Fliesen von Agrob Buchtal: 12,5 x 12,5 Zentimeter Spaltplatten der Serie „Craft“, Sonderfertigung in der Farbstellung Schwarz.

Der „Kommikationstisch“ des Oberhausener Mode-Shops Cecil wurde ebenfalls mit Fliesen der Serie „Craft“ von Agrob Buchtal gestaltet, in diesem Fall im Riemchenformat. Mehr über den Shop: <https://www.cecil.de/>, die finnische Innenarchitektin informiert hier: <http://joannalaajisto.com/>.



Zur gesamten Ausgabe 1.2018