

# KERAMIK EINZIGARTIG

keramik-  
einzigartig.ch

EINE KAMPAGNE DES SCHWEIZERISCHEN PLATTENVERBANDS

FLORIM -  
INSPIRATION UND  
FREUNDSCHAFT

AGROB BUCHTAL -  
DER DIALOG FÜHRT  
ZUM ERGEBNIS

SCHILLERNDE KERAMIK  
IM THEATER BASEL


DAS NEUE KEYVISUAL -  
DER OPTISCHE  
BOTSCHAFTER FÜR KERAMIK



Liebe Leserin, lieber Leser

Erde, Feuer und Hightech, das sind die Zutaten für die Herstellung von Keramik. Allerdings nicht nur, denn es braucht auch die Kreativität der Designer. Wie entsteht aus einer Idee eine Keramikplatte, die technische und ästhetische Anforderungen erfüllt? Wie spielen Design und Produktion einander in die Hände? Die Kollektionen der Hersteller liefern immer wieder eindrucksvolle Beispiele dafür, dass dieser Prozess in Produkte mündet, die den Anwendern langfristigen Nutzen und viel Freude bringen. Als Händler nehmen wir die Rolle als Vermittler zwischen Herstellern und Nutzern wahr, und als Plattenlegerinnen und Plattenleger stehen wir sozusagen am Ende der Wertschöpfungskette. Beides ist nicht nur eine besondere Befriedigung, sondern auch eine Verantwortung, die wir mit Herzblut und Know-how gerne wahrnehmen.

Lassen Sie sich immer wieder von Neuem überraschen von der Vielfalt und der Einzigartigkeit der Keramik.

  
Konrad Imbach  
SPV Zentralpräsident



#### Impressum

Herausgeber:  
SPV Schweizerischer Plattenverband  
Keramikweg 3  
6252 Dagmersellen  
Telefon: 062 748 42 52  
E-Mail: [info@keramik-einzigartig.ch](mailto:info@keramik-einzigartig.ch)  
[www.keramik-einzigartig.ch](http://www.keramik-einzigartig.ch)

#### Konzept/Redaktion:

Text: Rob Neuhaus, Eglisau,  
Grafik: Logo 108 GmbH, Cham  
Fotos: Florim, (Titelseite, Seiten 2 – 5),  
Agrob Buchtal, (Seiten 6 – 7)  
Theater Basel: Christian Flierl /  
Cornelia Gassler, (Seite 8)

Ausgabe 10/2021

# INSPIRATION UND FREUNDSCHAFT

keramik-  
einzigartig.ch

EINE KAMPAGNE DES  
SCHWEIZERISCHEN PLATTENVERBANDS



Die neue Kollektion Sensi von Casa dolce casa ist das Ergebnis der Zusammenarbeit zwischen Florim und dem Architektur- und Designbüro Matteo Thun & Partners. Sie vereint neueste Fertigungstechnologien mit interdisziplinärem Designstil.

Am Anfang stand die Geschichte von Erde und leichten Mineralien, die dank Innovation zu inspirierten Feinsteinzeugplatten werden und Wohnräumen ein Gefühl von Komfort und Ausgewogenheit verleihen. Matteo Thun, der Gründer von Matteo Thun & Partners, erklärt es so:

«Sensi ist das Ergebnis von Dialog, Inspiration und Freundschaft zwischen dem Florim-Team und unseren Design-Teams. Die Kollektion entspringt unterschiedlichen Perspektiven und bereichert das Architekturvokabular.»

Neutrale, weiche Farben und das dünne, fühlbare Finish geben der Kollektion eine natürliche Oberfläche mit reizvollen Lichteffekten. «Fast sechzig Jahre Keramikkompetenz und die neuesten Fertigungstechnologien werden mit einer konkreten Designvision kombiniert. Das Ergebnis sind Keramikprodukte von höchstem ästhetischem Wert», stellt Claudio Lucchese, der Vorsitzende von Florim, fest.

Sensi ist auch eine Synthese aus Innovation und Nachhaltigkeit. Bei der Entwicklung spielten Auswirkungen auf Umwelt, Lifecycle Management und Energie eine wichtige Rolle. Die Kollektion besteht aus natürlichen Rohstoffen und zu sechzig Prozent aus recycelten Materialien – sie ist das Ergebnis eines zu hundert Prozent nachhaltigen Produktionsprozesses.



DIE KOLLEKTION VON CASA DOLCE CASA – ENGLISCH  
«HOME SWEET HOME» – VERSÜSST DAS ZUHAUSE MIT SINNLICHEN  
LICHTEFFEKTEN. DIE WEICHEN FARBEN ERINNERN AN  
LANDSCHAFTEN AUS SAND UND STEIN, DIE OBERFLÄCHEN SIND  
EIN OPTISCHES UND HAPTISCHES ERLEBNIS.



keramik-  
einzigartig.ch

EINE KAMPAGNE DES  
SCHWEIZERISCHEN PLATTENVERBANDS

## DAS NEUE KEYVISUAL – DER OPTISCHE BOTSCHAFTER FÜR KERAMIK

Die Image-Kampagne «Keramik-Einzigartig» mit dem Ziel, die Materialien und Kompetenzen der Keramikbranche bei Architekten, Planern und Bauherren bekannter zu machen, hat seit Anfang Jahr ein neues Keyvisual. Sein Schöpfer, der Grafiker Christoph Camenzind erklärt, wie es dazu kam.

Das Keyvisual unserer Image-Kampagne war während mehrerer Jahre im Einsatz, auf Broschüren, auf dem Keramik-Ratgeber, auf Blachen und so weiter. Jetzt entstand aus dem Spiel mit verschiedenen Sujets eine Art Schrift im Keramik-Style. Damit lassen sich neue Botschaften vermitteln, was uns neue Möglichkeiten eröffnet, Bilder, Qualitäten und Emotionen zu vermitteln. Zum Beispiel erscheinen die Mineralwasserflaschen mit dem neuen Keyvisual und dem Slogan 'Einzigartig frisch' oder eine Desinfektionsflasche mit dem Aufdruck 'Einzigartig hygienisch'. Es gibt fast unzählige weitere Möglichkeiten, das Keyvisual einzusetzen und damit unsere Marke zu stärken.



Die neue Architekturserie Area Pro von Agrob Buchtal ist universell für öffentliche und gewerbliche Bereiche einsetzbar. Der Produktdesigner Sebastian Herkner hat für die Kollektion Grid eine Format- und Farbpalette entwickelt, die hohe Anforderungen an Trittsicherheit, Unterhalt und Ästhetik erfüllt.

Es tönt ganz einfach: «Das Produktmanagement von Agrob Buchtal hat mich angesprochen, ob ich an einer Kooperation interessiert sei. Ich fand die Aufgabenstellung extrem spannend.» So beschreibt Sebastian Herkner die Ausgangslage. Im Umsetzungsprozess wird es dann komplexer: «Wir wollten ein Ornament entwickeln, das die anspruchsvollen Anforderungen und Vorschriften gekonnt erfüllt. Dabei waren diverse Kriterien zu berücksichtigen, zum Beispiel die Stand- und Trittfestigkeit sowie ausreichend dimensionierter Verdrängungsraum für flüssige und rutschige Stoffe.»

Auf die Frage, welche Inspirationen beim Entwerfen einfließen, meint er: «Ich habe stets offene Augen und beobachte meine Umwelt. Es kann die Flechtung eines Korbes aus Marokko sein, eine Fassade in Bogotá oder eine asiatische Frucht. Es ist immer spannend, Einflüsse aus einem anderen Kontext in eine neue Entwicklung zu übertragen. Bei der Entwicklung von Grid spielten auch Physik und Mathematik eine grosse Rolle. Grid hat mit R12V4 eine sehr hohe Trittfestigkeit und kann sogar in Grossküchen eingesetzt werden.»

Wie finden die Wünsche des Herstellers und die Ideen des Designers zusammen? «Eine Designentwicklung ist immer eine Kooperation: Auf der einen Seite steht der Auftraggeber, der ja Experte auf seinem Gebiet ist, auf der anderen Seite ich und mein Studio, welches einen neuen Blick von aussen bietet und neue Impulse setzt. Der Dialog führt zum Ergebnis.»

Schön wäre, wenn man dem Designer bei der Produktentwicklung über die Schultern schauen könnte – gibt es dabei Prototypen, Materialversuche oder Probenbrände? Sebastian Herkner: «Ja, genau so muss man sich das vorstellen, wobei dies sowohl analog als auch

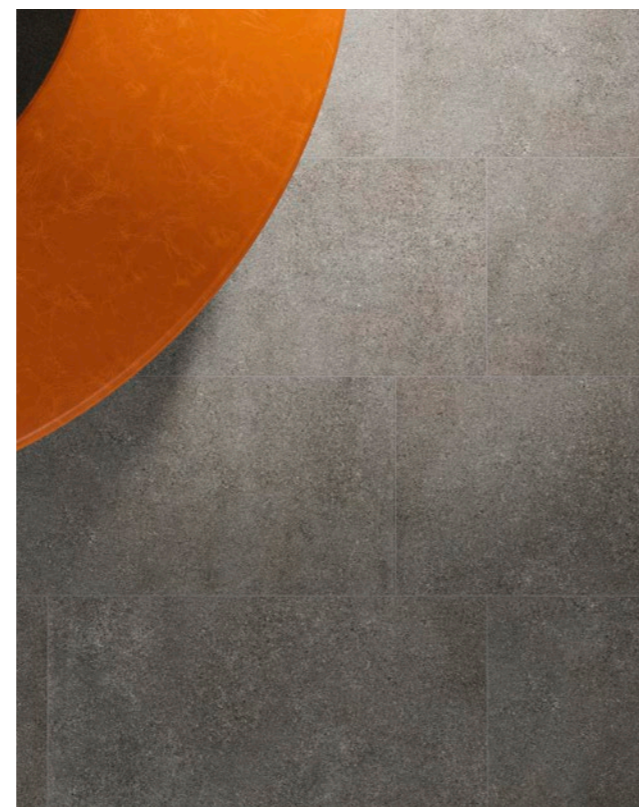
# DER DIALOG FÜHRT ZUM ERGEBNIS



digital stattfindet. Ohne physische Muster funktioniert Design nicht. Man muss es begreifen, spüren, testen, hinterfragen und auf den Punkt bringen.»

Noch eine letzte Frage: Gibt es Reaktionen und Rückmeldungen, die in weitere Arbeiten einfließen können? «Oh ja», meint Sebastian Herkner, «Messen und andere Präsentationsformen sind natürlich die erste Plattform für ein Feedback aus dem Markt. Andererseits finde ich es auch sehr spannend, Feedback über Soziale Medien zu erhalten. Es ist immer reizvoll, seine Produkte hier zu entdecken und zu erfahren, wo und wie sie eingesetzt wurden.»

AREA PRO MIT DER UMFASSENDEN  
FORMATPALETTE VOM 10X10CM-MOSAİK  
BIS ZU XXL-ABMESSUNGEN VON 60X120CM,  
DEN ZURÜCKHALTENDEN FARBEN  
UND DEN RICHTUNGSLOSEN DESIGNS  
LÄSST SICH IN FAST JEDES AMBIENTE  
EINFÜGEN.



# SCHILLERENDE KERAMIK IM THEATER BASEL

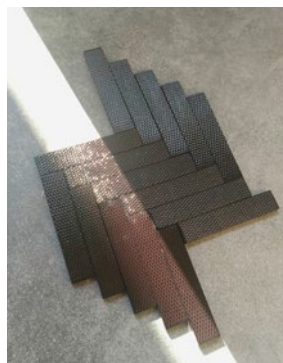
keramik-  
einzigartig.ch

EINE KAMPAGNE DES  
SCHWEIZERISCHEN PLATTENVERBANDS



Eine Vorstellung der besonderen Art gibt das Theater Basel in seinem Restaurant: Die Hauptdarstellerin, eine Wandplatte mit transparenter Glasur auf rotem Ton, wird zusammen mit der Lichtwirkung zur textilähnlichen Oberfläche und zum subtilen Farbenspiel.

Die Geschichte der Karto-Keramikplatten im Theater Basel erzählt von Inspiration, Materialisierung und Vernetzung, von Design, Herstellung, Handel und Verlegung. Und alles passierte in der Schweiz. Die Materialdesignerin Cornelia Gassler hatte die Kollektion Karto-Baukeramik in ihrem Atelier bei der Swisskeramik AG in Sarnen entworfen. Daniela Bernardi, Architektin und Inhaberin der Bernardi Keramik am Bau in Basel, besuchte im Rahmen des von ihr durchgeführten Keramikstudentenges für Masterstudenten des Studienganges Architektur an der Fachhochschule Nordwestschweiz die Swisskeramik AG. Dort führte der Geschäftsführer Leo Pichler die Keramikherstellung vor, und Cornelia Gassler gab Einblick in ihre Designarbeit. Kurz danach reiste sie mit ihren Kreationen zu Daniela Bernardi, und diese nahm die Platten in ihre Ausstellung auf. Es verging nicht viel Zeit, da besuchte der Architekt Thomas Taufer-Laffer die Ausstellung der Bernardi Keramik am Bau, um Materialien für den Umbau des Theaterrestaurants auszusuchen. Er verliebte sich sofort in die keramischen Wunderwerke von Cornelia – und das war die Lösung für die Rückwand des Restaurants. Und nicht nur ihm erging es so, auch die Bauherrenvertreter der Stadt Basel erkannten die



**Bauherrschaft:** Theater Basel  
**Design:** Cornelia Gassler, Sarnen  
**Architektur:** Taufer-Laffer Architekten GmbH, Basel  
**Herstellung:** Swisskeramik AG, Sarnen  
**Ausführung:** Bernardi Keramik am Bau, Basel



Einzigartigkeit dieser Keramik und akzeptierten den damit verbundenen Preis. In enger persönlicher Zusammenarbeit mit dem Architekten und der Bauherrschaft entwickelte Cornelia Gassler Visualisierungen und schliesslich gingen die speziellen Formate bei der Swisskeramik AG in Produktion.

## Ein geheimnisvoller Blickfang

Keramik ist ein bevorzugtes Material von Cornelia Gassler. Bei der Swisskeramik AG kann sie damit experimentieren und insbesondere Flächen, Farben und Glasuren entwickeln. Am besten funktioniert das im Austausch über ein Materialmuster und eine Visualisierung des Objekts. Von Hand und am Computer zeichnet sie Bildwelten. Experimente führen zu Materialskizzen und zu Entwürfen. In einem nächsten Schritt reproduziert sie diese in einer Press- oder Giessform. Jetzt geht es um die Oberfläche und Cornelia Gassler ist ganz in ihrem Element: «Welche Glasur passt zur Oberfläche? Matt oder glänzend ist noch offensichtlich, aber dann? Es gibt Farbtöne, die für gewisse Muster ideal sind und für andere überhaupt nicht. Und manchmal – das ist ja das Schöne am Entwurf für Basel – passiert etwas zwischen Scherben und Glasur: Es entstand eine Farbe, die je nach Licht ins rötliche des Scherbens oder ins bläuliche der Glasur kippt. Zusammen mit der Struktur ergibt das eine schillernde Sache, einen geheimnisvollen Blickfang.»