cer magazine

INTERNATIONAL 40

INTERVIEW
Giulio Iacchetti
Ideen für sprechende Objekte

TECHNIK
Die Gebäudehülle

MARKT
Deutschlands Markt
auf moderatem Expansionskurs

NACHHALTIGKEIT
EPD, Unterscheidungsmerkmal
für nachhaltige Architektur

PROJEKT
Das Momentum Hotel in Göppingen: durchdachtes Design

CER MAGAZINE INTERNATIONAL N. 40 (DEZEMBER 2017) • ISSN 1828-1117 • JAHR XX • FOTO: TOBIAS FRÖHNER

VALENTINA

BY GUIDO CREPAX

Fliesen – Serie

DELCONCA®

www.delconca.com

OFFICINE BONFIGLIOLI .IT

Auf den (digitalen) Bahnen der Keramik

ANDREA SERRI
CHEFREDAKTEUR
CER MAGAZINE

Die neue Webseite *www.ceramica.info* ist ein neues integriertes Kommunikationssystem und nutzt sämtliche digitalen Kanäle und die komplett überarbeitete Fachzeitschrift Cer Magazine International.
Der neue Internetauftritt bildet den Dreh- und Angelpunkt der Kommunikationsmaßnahmen für alle Branchenfachleute: eine Brücke zwischen der italienischen Keramikindustrie und den Protagonisten der Vertriebswelt. Das Projekt ruht auf vier Eckpfeilern: ausführliche und hochwertige Kommunikation, eine internationale Ausrichtung, Integration aller Kommunikationskanäle und Fokus auf die Zielmärkte.
Zehn Themenkreise drehen sich um Produkte und Projekte, Interviews und Kommentare, Berichte zu Marketingevents und dem Mehrwert italienischer Keramik, sowie auch Wirtschafts- und Finanzreportagen. Technik und Umweltverträglichkeit von Italiens Keramik werden genauso online eingestellt wie Unternehmensnews.
Die Digitale Revolution führt eine immer individuellere Kommunikation mit sich, denen *www.ceramica.info* auf drei Ebenen antwortet: zunächst mit dem Angebot von speziellen Inhalten für Architekten, Fachhändler, Bauträger, Fliesenleger und Privatnutzer in jeweils eigenen Bereichen. Die zweite Ebene besteht im Einsatz verschiedener Kommunikationskanäle über Newsletter, App, Produkt- und Projektgalerie, Präsentationen, Events und Wettbewerbsausschreibungen. Die letzte, aber deswegen nicht minder wichtige Ebene, ist die aktive Einbindung der Nutzer, die bei der Registrierung (*www.ceramica.info/de/register*) aufgefordert werden, die für sie interessanten Themenkreise anzugeben und so spezifisch für sie ausgesuchte Informationen zu erhalten.
Die italienische Keramikindustrie ist weltweit tätig, wie eine Exportquote von 85% und ein bedeutsamer Internationalisierungsprozess bestätigen. Der Fachverband unterstützt die Branche in diesem Prozess mit fünf Webseiten in ebenso vielen Sprachen (Italienisch, Deutsch, Englisch, Französisch und Russisch) unter dem Dach von www.ceramica.info. Die Inhalte sind jeweils zielgruppengerecht auf die Märkte abgestimmt, denn es ist strategisch wichtig, dass die Werte der Hersteller in den einzelnen Märkten, ohne die eigene italienische Identität zu verleugnen, kommuniziert werden und die Hersteller damit in Deutschland genauso wie Russland auf Augenhöhe mit ihren Ansprechpartnern sind.
Viel Spaß also bei der Lektüre von Cer Magazine und beim Surfen durch die Webseite *www.ceramica.info.*

Mit dieser Ausgabe wird Cer Magazine zum Bestandteil des neuen Kommunikationssystems **www.ceramica.info**.

Folgende Ikonen signalisieren weitere multimediale Inhalte:

QR Kode
Über Ihr Handy führt Sie der QR-Kode direkt zu allen Webinhalten zum Themenbereich.

Internet Link
Der Link führt Sie zu weiteren, themenspezifischen Beiträgen.

Mega®

INNOVATIVE SLABS

MEGA IST DAS NEUE PROJEKT VON ITALGRANITI MIT DEN **INNOVATIVEN GROßFORMATEN 160X320 CM** UND **120x240 CM** IN **6MM DICKE.**

ITALGRANITI
IMPRONTA

ITALGRANITI GROUP SPA Via Radici in Piano, 355 - Casinalbo di Formigine - 41043 Modena - Italy - Tel 0039 059 888411 - Fax 0039 059 848808 - www.italgranitigroup.com - info@italgranitigroup.com

INHALT

Dezember 2017

Titelblatt
Arthotel ANA Momentum
Göppingen, 2017
Projekt:
DFROST GmbH
Fotos: Tobias Fröhner
Keramikbeläge:
Atlas Concorde

CER MAGAZINE IST ALS KOSTENLOSE APP IM APP STORE (IPAD) UND IN GOOGLE PLAY (ANDROID) ERHÄLTLICH

cer magazine
INTERNATIONAL

Nummer 40
Halbjährliche Erscheinung - Dezember 2017

Gefördert von
CONFINDUSTRIA CERAMICA

Herausgeber
Vittorio Borelli

Chefredakteur
Andrea Serri (aserri@confindustriaceramica.it)

Redaktion
Valentina Candini (vcandini@confindustriaceramica.it)
Simona Malagoli (smalagoli@confindustriaceramica.it)
Valentina Pellati (vpellati@confindustriaceramica.it)

Redaktionssekretariat
Barbara Maffei (bmaffei@confindustriaceramica.it)
Patrizia Gilioli (pgilioli@confindustriaceramica.it)

Beiträge von
Donatella Bollani (Domus), Virginio Briatore (Interni), Alessandra Coppa, Sandra Fazio, Alessandra Ferretti, Francesco Gerardi, Beatrice Lucchese, Walter Sancassiani, Simona Storchi.

Übersetzungen von: Daniela Gardini

Grafik und Layout: Riccardo Leonetti

Werbung
Pool Magazine di Mariarosa Morselli
Via Cattaneo 34 - 41126 Modena - Italien
Tel. +39 059 344 455 - Fax +39 059 344 544
info@pool.mo.it

Druck: Arti Grafiche Boccia - Salerno

Verlag
Edi.Cer. SpA
Beim Gericht von Modena unter der Nr. 1784 am 18.01.2006 registrierte Fachzeitschrift
ISSN 1828-1117

Direktion, Redaktion, Verwaltung
Edi.Cer. SpA Società Unipersonale
Viale Monte Santo, 40 - 41049 Sassuolo (Mo) - Italien
Tel. +39 0536 804585- Fax +39 0536 806510
info@edicer.it - www.ceramica.info
cod. fisc. 00853700367

Drucklegung 12/12/2017

Die Verarbeitung persönlicher Daten erfolgt gemäß gültiger Rechtsvorschrift (Gesetz Nr. 196 vom 30. Juni 2003).

Ceramics of Italy

EDITORIAL

1 Auf den (digitalen) Bahnen der Keramik
von Andrea Serri

EVENTS Cersaie 2017

7 Hohe Besucherzahlen aus Italien und dem Ausland von Simona Malagoli

MARKT

21 Kompetente und persönliche Beratung als Schlüssel für den Erfolg von A. Ferretti

26 Deutschlands Markt auf moderatem Expansionskurs von Francesco Gerardi

TRENDS VirtualStyle

12 Außenansicht einer Villa von Imagem

44 Raum für Coworking

PROJEKTE

Home

16 Geschichte, Landschaft und Zukunft
von Virginio Briatore

Architektur

36 Gobelins flämischer Meister und Feinsteinzeug von Simona Storchi

40 Durchdachtes Design von Donatella Bollani

INTERVIEW Giulio Iacchetti

30 Ideen für sprechende Objekte von A. Coppa

NACHHALTIGKEIT

46 EPD, Unterscheidungsmerkmal für nachhaltige Architektur von Walter Sancassiani

TECHNIK

48 Die Gebäudehülle
von Beatrice Lucchese und Sandra Fazio

cer magazine

All News

Aktuelle Informationen und Neuheiten zu italienischer Keramik

LINK ZUR WEBSEITE
CERAMICA.INFO/ALL NEWS

DARK

GREY

WHITE

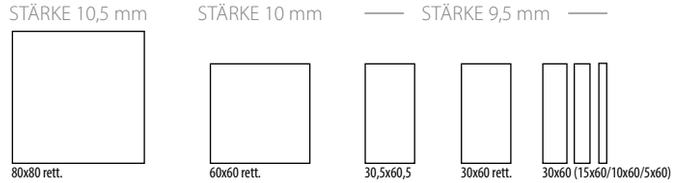
BEIGE

TAUPE

VOLCANO

Durchgefärbtes Feinsteinzeug

STÄRKE 10,5 mm — STÄRKE 10 mm — STÄRKE 9,5 mm



CERAMICA Rondine
italiani per stile

Rondine s.p.a. - Via Emilia Ovest 53/A 42048 Rubiera (RE) - Italy
+39 0522 625111 - www.ceramicarondine.it

PEDESTAL LINE

Verstellbare Stelzlager für erhöhte Außenböden

IMPERTEK

Ceggia · Venice
MADE IN ITALY

info@impertek.com
WWW.IMPERTEK.COM

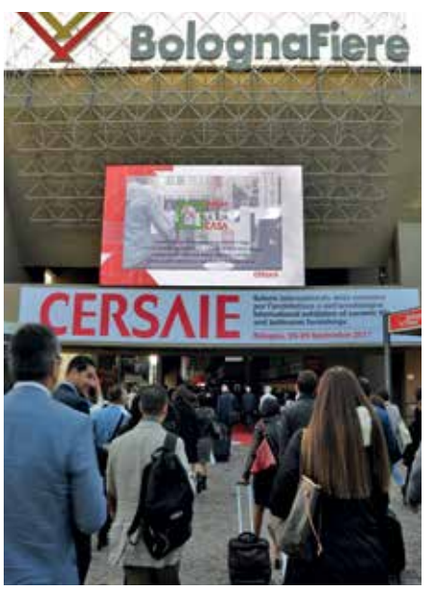
12 > 15.01.2018
HALL 13 · STAND E45

DOMOTEX

CERSAIE 2017

Hohe Besucherzahlen aus Italien und dem Ausland

von Simona Malagoli



Mit zunehmenden Besucherzahlen aus dem Ausland und auch aus Italien verzeichnete die Cersaie 2017 111.604 Eintritte und damit einen Anstieg von 4,7% zum Vorjahr. Die internationale Fachmesse für Architekturkeramik und Badezimmerausstattung, ausgerichtet im Messegelände Bologna vom 25. bis 29. September 2017, wurde in Zusammenarbeit mit der Messegesellschaft BolognaFiere durchgeführt und bestätigt sich wieder einmal als die internationale Branchenleitmesse. Ein reichhaltiges Rahmenprogramm rund um die Messe mit Gästen der Architektur, Innenarchitektur, Verlegung, Medien sowie den Endverbrauchern rundete das attraktive Programm ab.
Die Ausrichtung der Messe und die positive Konjunkturlage auf vielen Absatzmärkten haben zu steigenden Besucherzahlen beigetragen, sowohl aus Italien (+5,0% mit insgesamt 58.422 Besuchern) als auch aus dem Ausland (+4,3% mit 53.182 Besuchern). Massiv, wie immer, auch die Teilnahme der Medien und Presse aus dem In- und Ausland, mit 922 Akkreditierungen, 506 aus Italien und 416 aus dem Ausland.

Links: Francis Kéré.

Eine interessante und attraktive Mischung und Internationalität sind die Hauptmerkmale der Cersaie, an der neben den Herstellern von Keramikfliesen und Badezimmerausstattung auch zahlreiche Hersteller von Belagmaterial aus Holz, Marmor und Naturstein teilgenommen haben. Ebenso zeigten Zulieferer und Gerätehersteller für die Keramikwelt ihre Produktionen. Die Zahl der Aussteller der verschiedenen Warengruppen auf der 156.000 qm großen Ausstellungsfläche stieg um 17% auf 869 Firmen im Vergleich zu 2016 mit 41 vertretenen Nationen, die mit 323 ausländischen Unternehmen ein Drittel der Gesamtaussteller stellten. Als stärkste Warengruppe traten Keramikfliesen mit 457 Firmen hervor, gefolgt von den Badezimmerausstattern, die mit 197 Betrieben eine wichtige Stellung im Messeangebot einnehmen.

Cersaie entwickelt sich zunehmend als eine wichtige Etappe für Architekten, Innenarchitekten, Fliesenleger, Medieneventveranstalter und nicht zuletzt Privatbesucher. Regen Zulauf verzeichneten die Architekturseminare und die Verkehrte Vorlesung von Fabio Novembre, an der über 1300 Schüler teilnahmen. Hohen Anklang fanden auch die Ausstellung „Milleluci“ in Halle 30 sowie die Events „Work in progress“ und die Fortbildungseminare für Architekten zum Thema Großplatten in der „Stadt der Verlegung“. In der Architekturgalerie waren die Plätze in den Pressecafés, den von neun Fachverlagen organisierten Gesprächen zu Architektur und Design, sehr schnell belegt. „Cersaie gestaltet Ihren Wohnraum“, eine Initiative für Privatbesucher zum Thema Sanierung der eigenen vier Wände, erhielt auch dieses Jahr wieder viel Aufmerksamkeit. Nicht zuletzt war die Aktion Bologna Design Week mit ihrem abendlichen Kulturprogramm in verschiedenen zentralen Bereichen von Bologna ein voller Erfolg.

Alle Events Ceramics of Italy finden Sie hier

ÄHNLICHE ARTIKEL:

Bilder von der Messe:

www.ceramica.info/de/content/35-ausgabe-cersaie/

Interviews mit den Gästen der Cersaie:

www.youtube.com/user/CERSAIE2010/videos

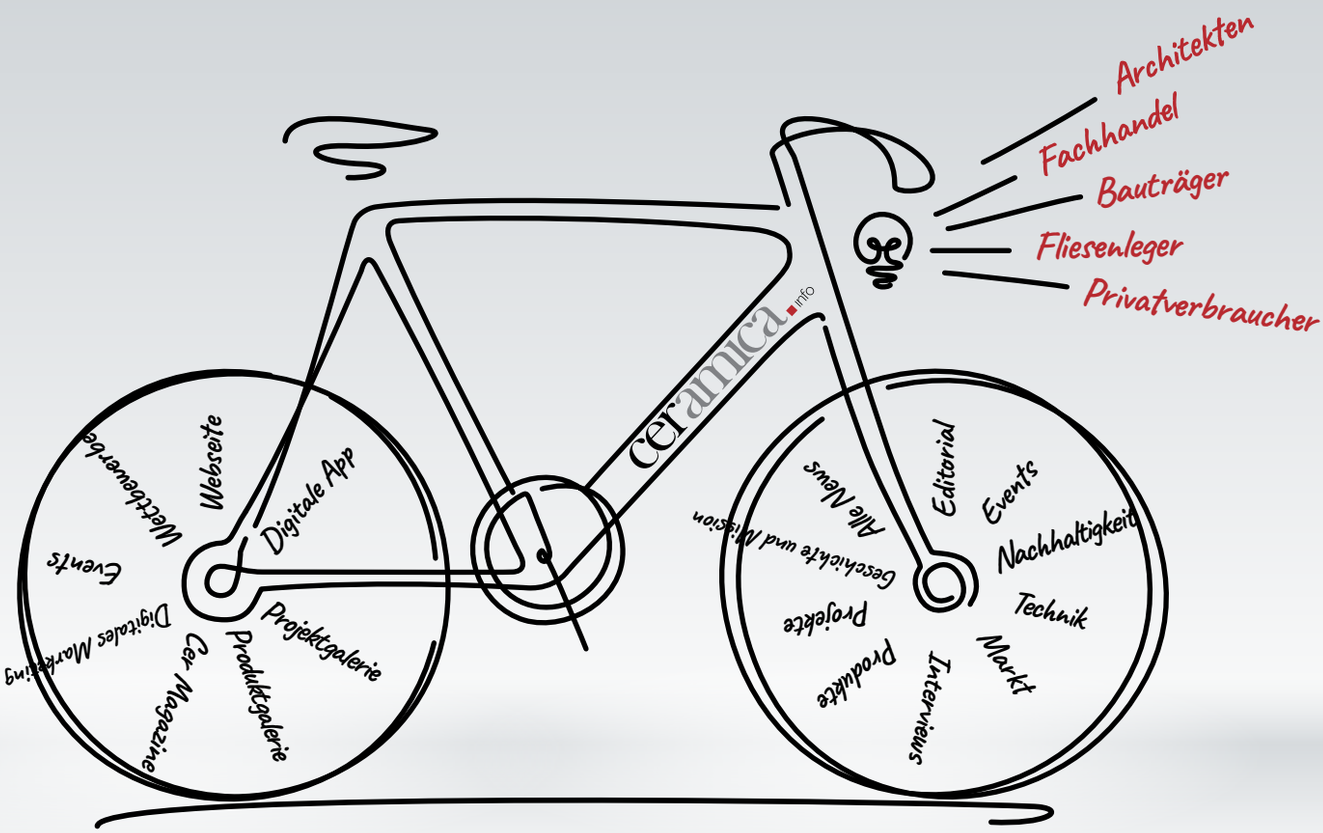
Cabane

floor_cabane tobacco 20x120|8″x48″ rett. seamless décormix _WR 20x20|8″x8″ rett.

CERAMIC FOR ARCHITECTURE

unicomstarker®

Eine etwas andere Reise durch die Welt der Keramik



Ihr ganz persönliches, digitales Abonnement für Webreportagen und Artikel zu italienischer Keramik.

Immer auf dem aktuellen Stand: Registrieren Sie sich einfach auf dem Portal **www.ceramica.info/de/register** und Ihr Newsfeed liefert nur relevante Artikel, Reportagen und Informationen in Ihrer Sprache (Italienisch, Deutsch, Französisch und Russisch). Auf der App Ihrer Wahl.

KOMMENTARE | EVENTS | NACHHALTIGKEIT | TECHNIK | WIRTSCHAFT | INTERVIEWS | PRODUKTE | PROJEKTE | GESCHICHTE UND MISSION | ALLE NEWS

www.ceramica.info

■ WEBSEITE ■ DIGITALE APP ■ PROJEKTGALERIE ■ PRODUKTGALERIE ■ CER MAGAZINE ■ DIGITALES MARKETING ■ EVENTS ■ WETTBEWERBE

FIRE
FINCIBEC FUTURE-TECH
FIRE: LARGE SLABS. THE NEW DIMENSION OF DESIGN.
FINCIBEC GROUP

Außenansicht einer Villa

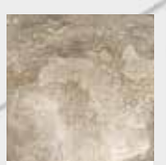
von Imagem

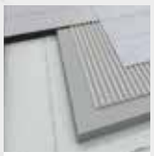
Hangar
SAND

Pietre naturali
ROCKLIFF

Italian Icon
BEIGE

Ardesie
MULTICOLOR

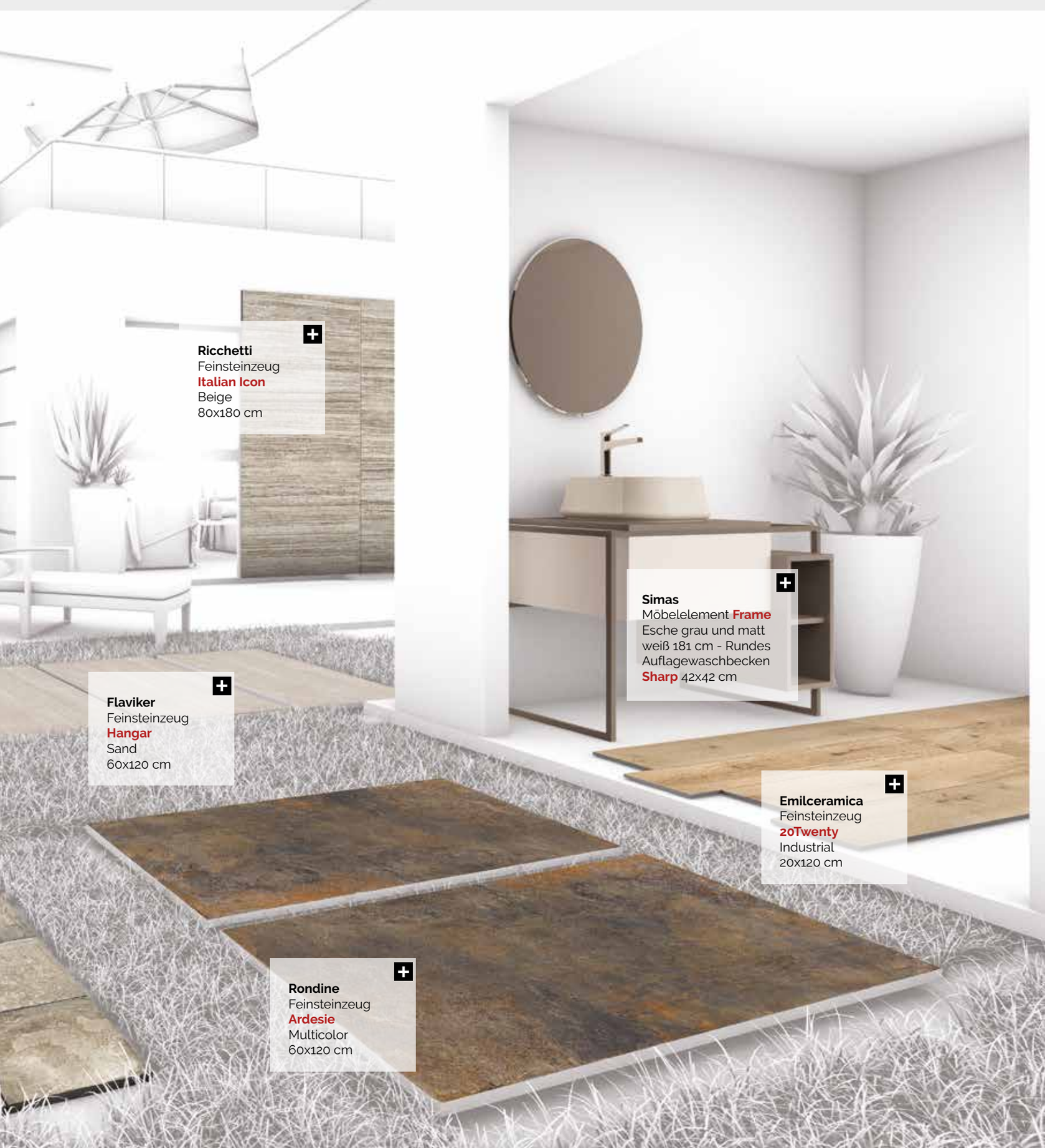

NONè
MIX POMICE


Mapetherm
TILE SYSTEM

PROTERMINAL

SHARP
weiß

20Twenty
INDUSTRIAL



White stuff: Naima Annoni, Enrica Caiello, Riccardo Piovesan, Maria Cristina Ziviani
Brera - Accademia Belle Arti

CERSAIE
BOLOGNA ▪ ITALY

INTERNATIONALE AUSSTELLUNG FÜR ARCHITEKTURKERAMIK UND BADEZIMMERAUSSTATTUNGEN

www.cersaie.it

24.-28. SEPTEMBER 2018

Träger
CONFINDUSTRIA CERAMICA

In Zusammenarbeit mit
Bologna Fiere

Organisation
EdiGer SpA

Projektleitung
Promos srl

“Blu Ponti”
of Ceramica Francesco De Maio

Ceramica di Vietri
FRANCESCO DE MAIO

Via Nazionale, 5 - 84015 Nocera Superiore (SA) ITALY
Phone Number +39 081 931011 – Fax Number +39 081 5142366 - Email: info@francescodemaio.it
www.francescodemaio.it

Geschichte, Landschaft und Zukunft

IN DER REGION EMILIA LEBT GESCHICHTE IN EINEM LANDHAUS WIEDER AUF UND ÖFFNET NEUE AUSSICHTEN AUF DIE LANDSCHAFT UND WOHNWELTEN DER ZUKUNFT

von Virginio Briatore

LANDHAUS

PROJEKT
STUDIO BURANI FRATTI
WWW.BURANIFRATTI.IT

FOTO
LUCIANO BUSANI

KERAMIKBELÄGE
SERENISSIMA
WWW.SERENISSIMA.RE.IT

BAUJAHR
2016

Das typische Landhaus im Dorf von Quattro Castella bei Reggio Emilia ist jetzt nach einer umfassenden Sanierung und Renovierung das Heim einer jungen Familie mit Kindern.
Das Projekt und die Bauarbeiten standen unter der Leitung eines lokalen Architekturbüros, Burani Fratti Associati, und umfasste eine Fläche von 311 qm mit Wohn- und Betriebsflächen.
Die Umsetzung dieser umfassenden Umbauarbeiten, die gleichzeitig auch bestimmte historische und architektonische Elemente bewahren sollte, stellte die Planer vor eine Reihe von Herausforderungen.
Auf planerischer Ebene waren die landschaftlichen und Umweltauflagen des Landhauses eines der größten Hindernisse, die zwar zu Einschränkungen führten, jedoch am Ende trotzdem ein in sich geschlossenen Projekt ergaben, das die Ansprüche der Auftraggeber erfüllte.
Die besonders reizvolle landschaftliche Einbettung der Immobilie unterstrich die Eigenarten des bestehenden Bauwerks und seiner Lage im Umfeld mit viel Grün und einer Sicht auf die am Fuß des Apenningebirge liegenden Hügelketten.
Die typischen Aspekte einer Sanierung und Restaurierung standen im Vordergrund der Planungsarbeiten, wie die Architektin Valeria Burani erklärt: “Die Erhaltung der vorhandenen, typischen Architekturelemente war, soweit möglich, eines der Hauptziele des Projektes. Ziel war es, die historischen Elemente und die charakteristischen Eigenarten des ursprünglichen Gebäudes, seiner Bauweise und der strukturellen Bestandteile hervorzuheben, die zu den baulichen Traditionen unserer Gegend gehören. Dazu zählen beispielsweise die Ziegelwände aus Cotto und Naturstein mit Decken aus Beton und Naturstein bzw. Holz und Naturstein. Die Holzbalken des Wohnzimmers sind ein Teil dieses Bestands wie auch einige Wände aus dem ursprünglichen Natursteinwerk, die nach einer manuellen Spezialreinigung und anschließender Sandstrahlung

Weitere Projekte zum Thema Wohnwelten finden Sie hier.

wieder in neuem Licht erstrahlen. Alle neuen Elemente hingegen sind aufeinander abstimmt und bilden farblich und strukturell eine Einheit mit den bestehenden Teil des Hauses.“
Visuell wichtige Elemente werden durch die Kombination mit dem Bodenbelag aus Feinsteinzeug mit Holzoptik Norway der Serenissima in der Farbstellung Long Night unterstrichen.
Das dunkle Grau erinnert an gefärbte Parkettflächen. Der Wohnstil und der Innenausbau bilden eine gelungene Mischung aus Moderne und Tradition mit einigen Designteilen, die Raum und Fläche betonen und optisch erweitern.
Zur Schaffung einer größeren Wohnfläche ohne Anbauten wurden die recht verwahrlosten Schuppen und Unterstände saniert und integriert. Die Fassaden wurden überarbeitet und an dem Anspruch einer modernen Familie angepasst, die sich von der einstigen bäuerlichen Welt doch recht unterscheidet. Um mehr Licht und einen ausgewogenen Austausch zwischen dem Innen- und Außenbereich zu schaffen, wurden einige Fenster erweitert, die nun eine wunderbare Aussicht auf die Landschaft bieten.

Auf einer Wand des Wohnzimmers haben sich die jungen Besitzer eine besondere Struktur gewünscht, welche von den Architekten nach den gelieferten Vorlagen umgesetzt wurde. Entstanden ist ein Bild, das in einer modernen Lesart an Kalk erinnert und dessen Farbstellung eine Fortsetzung des horizontalen Verlaufs des Bodens darstellt.

ÄHNLICHE ARTIKEL

Natürlich schön und technisch stark

www.ceramica.info/de/articoli/natuerlich-schoen/

Frisch und doch warm

www.ceramica.info/de/articoli/frisch-und-doch-warm/

Norway
Long Night

PROJEKTTYP
Landhaus

ANWENDUNGSBEREICH
Bodenbelag innen

Keramikbeläge
Serenissima
Feinsteinzeug
Norway
Long Night
20x120 cm

Zertifizierungen
Ecolabel, LEED, EMAS, ISO 14001

Technische Eigenschaften
Wasseraufnahme (ISO 10545-3): ≤ 0,3%
Biegezugfestigkeit (ISO 10545-4): 35 N/mm²
Widerstand gegen Tiefenverschleiß (ISO 10545-7): Klasse 4
Temperaturwechselbeständigkeit (ISO 10545-9): konform
Widerstandsfähigkeit gegen Glasurrisse (ISO 10545-11): konform
Frostbeständigkeit (ISO 10545-12): konform
Chemikalienbeständigkeit (ISO 10545-13): GA GLA GHA
Fleckenbeständigkeit (ISO 10545-14): Klasse 5
Trittsicherheit (DIN 51130): R10

ECO DESIGN

DISPLAY

STAND

SHOWROOM

ECO DESIGN STELLT DIE PRODUKTION

VON AUSSTELLUNGSSYSTEMEN FÜR BODEN- UND WANDFLIESEN UND DIE PROFESSIONELLE DIENSTLEISTUNG FÜR PLANUNG UND EINRICHTUNG VON MESSENSTÄNDERN UND AUSSTELLUNGEN IN DEN MITTELPUNKT IHRER AKTIVITÄT

ECODESIGN srl

VIA FERRARI 25/B CORLO
DI FORMIGINE 41043 (MO)

TEL. +39 059 7470235
FAX. +39 059 7470238

INFO@ECODESIGNSRL.IT
WWW.ECODESIGNSRL.IT

Kompetente und persönliche Beratung als Schlüssel für den Erfolg

BOY MEESENBURG, VORSTAND UND ALLEINIGER AKTIONÄR DER JACOB SÖNNICHSEN AG, BESCHREIBT DIE ERFOLGSSTRATEGIE DES UNTERNEHMENS MIT 500 MITARBEITERN UND EINEM UMSATZ VON 170 MILLIONEN EURO

von Alessandra Ferretti

Wann wurde Ihr Unternehmen gegründet?

Unser Gründungsjahr datiert weit zurück auf 1902 also Anfang des vergangenen Jahrhunderts, als steigendes Interesse für Keramik und Naturstein auftrat. Eine für uns wichtige Rolle spielte dabei unsere strategische Position im Ostseeraum und die Wasser- und Hafenanlagen.

Wie ist Ihr Unternehmen strukturiert?

Die Jacob Sönnichsen AG hat 18 Standorte in ganz Norddeutschland von Berlin über Flensburg, Lübeck bis Hamburg, um nur einige zu nennen. In einigen dieser Standorte bieten wir unseren Kunden Beratung bei ihren Neubau- oder Sanierungsvorhaben von Sanitär- und Keramikanlagen.
Wir haben insgesamt 20 Ausstellungsräume unterschiedlicher Größen und ebenso viele Lager. Neben Keramikfliesen bieten wir ein exklusives Sortiment mit Pflegeprodukten für den Wand- und Bodenbelag, das Bad und Wohnzimmer.

Wie viele Mitarbeiter haben Sie heute?

Unser Unternehmen hat rund 500 Beschäftigte, davon sind 250 im Vertrieb. Der Umsatz liegt bei rund 170 Millionen Euro, davon stellen Fliesen einen erheblichen Anteil.

Von links: Vittorio Borelli (Präsident Confindustria Ceramica), Boy Meesenburg und Emilio Mussini (Vorsitzender des Fachbeirates Messen und Marketing) bei der Übergabe des Confindustria Ceramica Distributor Award 2017.

Was ist die Stärke Ihres Unternehmens?

Unsere langjährige Erfahrung, fachliche Kompetenz und ein hochwertiger Rundumservice sind unsere größten Stärken. Gerade unsere Beratungskompetenz und die zusätzlichen Dienstleistungen unseres Betriebes zeichnen uns in der Region aus. Unsere Kunden wissen, dass sie bei uns Beratung, eine exklusive Auswahl und fachlich qualifiziertes Personal erwartet.

Was hat Sie veranlasst Keramikfliesen in Ihr Sortiment aufzunehmen?

An der Entscheidung war ich persönlich nicht beteiligt. Mein Großvater beschloss, Fliesen zu verkaufen, aber ich vermute, dass die eigentliche Entscheidung liegt zeitlich noch weiter zurück.

Wer sind Ihre Kunden?

Unsere Kunden sind schwerpunktmäßig Fliesenleger und deren Kunden, sowie Bauträger.

Was zeichnet Ihre Verkaufsstellen aus?

Unsere Verkaufsstellen sind nur an wenigen Standorten reine Fliesenstandorte. Ganz überwiegend führen wir ein vollständiges Sortiment, d. h. auch Innentüren, Holzprodukte, Kaminöfen usw. werden in unseren Ausstellungen gezeigt.

Was hat sich im Vergleich zur Vergangenheit in der Beziehung zwischen Vertrieb und Kunde geändert?

Es hat sich eigentlich nichts geändert. Jetzt wie damals ist es immer wichtig, dem Kunden mit einer hervorragenden Beratung zu begegnen und in Ausstellungen zu beraten, die auf dem neuesten Stand in der Bemusterung sind.

Was erwarten Sie von Ihren Keramiklieferanten?

Wir erwarten genau das, was die italienischen Keramikproduzenten die letzten Jahre getan haben: erstklassige, technisch anspruchsvolle Produkte zu wettbewerbsfähigen Preisen. Dazu die klare Bekennung zum Vertrieb über den Handel sowie jahrzehntelang bewährte und unserem Haus bekannte, engagierte Ansprechpartner unserer Lieferanten.

Worin besteht Ihrer Ansicht nach der Unterschied zwischen den Herstellern aus Italien und aus anderen Herstellerländern?

Die italienischen Erzeuger haben wieder die zwischenzeitlich verloren gegangene Marktführung in Design und Technik zurückgewonnen.

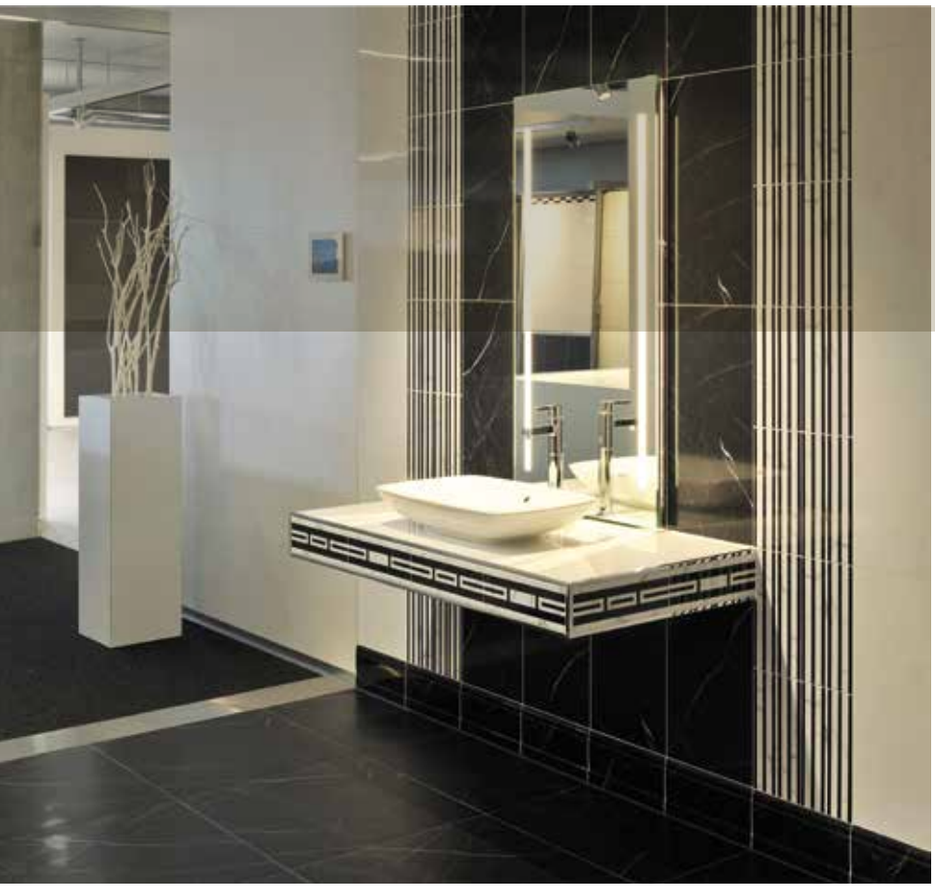
Weitere Interviews
mit deutschen Fachhändlern

Was könnten oder sollten italienische Hersteller tun, um noch besser auf dem deutschen Markt aufgestellt zu sein?

Die Hersteller könnten noch ein wenig an ihren Lieferzeiten arbeiten. Hier gibt es noch Verbesserungspotenzial. Die Partnerschaft mit dem Handel kann nicht oft genug unterstrichen werden.

Wie ist die Lage in der Bauwirtschaft in Deutschland?

Der Bauwirtschaft in Deutschland geht es optimal gut und damit meine ich, es herrscht Vollbeschäftigung. Das wird noch einige Zeit so bleiben. Das größte Problem ist aktuell der große Mangel an technisch versierten Arbeitskräften.



ITALIENISCHE HANDELSMARKEN IM SORTIMENT DER JACOB SÖNNICHSEN AG:

Emilceramica
Marazzi
Casa Dolce Casa
Mirage
Cotto d'Este
Del Conca

simas.it

simas®

Frame
collection

adv studio21

follow us

20TWENTY. THE NEW FRONTIER OF WOOD.
The authenticity and beauty of wood in 5 forms:
Vintage, Industrial, Tronco, Tavola and Pallets White.
20TWENTY collection vintage size 20x20 cm.
Discover the collection and follow us on:
emilgroup.it/emilceramica -
EMIL
CERAMICA

Deutschlands Markt auf moderatem Expansionskurs

von Francesco Gerardi

International betrachtet scheint sich die Konjunkturlage so langsam zu erholen. Steigende Produktions- und Absatzzahlen, die Eindämmung der finanziellen Volatilität und eine insgesamt betrachtet verhältnismäßig stabile Inflation stehen einer politisch betrachtet sehr unsicheren Situation gegenüber, mit diversen risikoträchtigen Gebieten, wie im Pazifik mit der sehr anspannten Situation in Korea. Ein Risiko, das auf europäischer Ebene eher sinkende Tendenz zu haben scheint. Entscheidend sind in diesem Zusammenhang die Maßnahmen der EZB mit ihrer Expansionspolitik auf den Geldmärkten und auch die Wahlen in großen Ländern des alten Kontinentes mit dem Einzug Macrons an die Spitze Frankreichs in Mai und dem vierten Mandat von Angela Merkel in Deutschland. Vorsicht dagegen ist geboten in Spanien mit dem Versuch Kataloniens sich in die Unabhängigkeit zu verabschieden.

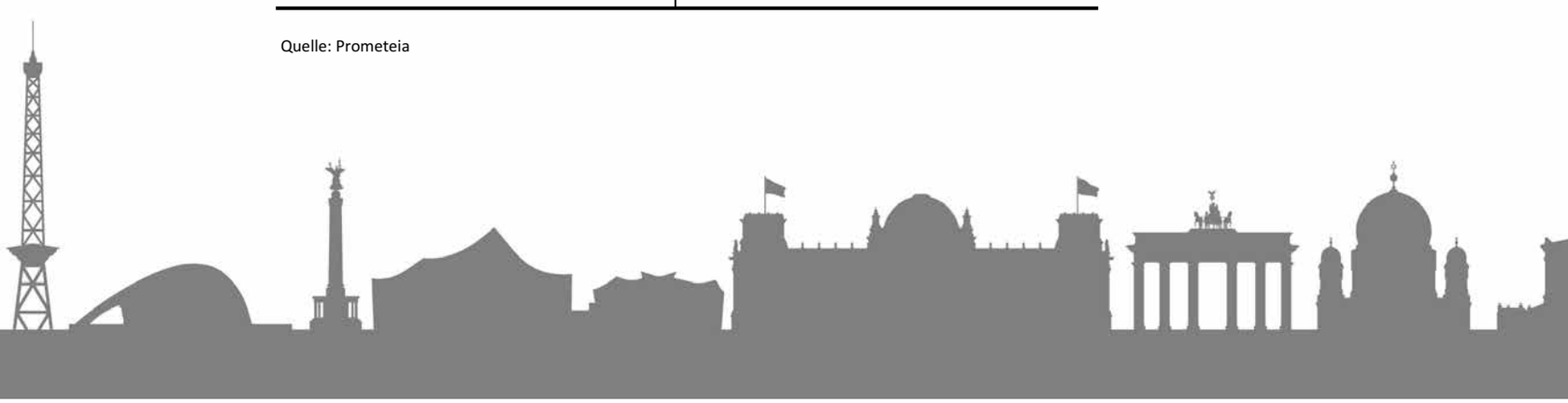
Lesen Sie weitere Beiträge zur Immobilienlage

Schaut man konkret auf das von Frau Merkel regierte Land, so verzeichnet das Zugpferd Europas seit Jahren ein konstant gleichmäßiges Wachstum mit einem BIP von über 1,5% (+1,7% die Steigerung dieses Jahr mit einer Prognose für 2018 von +1,6%).
Der deutsche Baumarkt signalisiert dieses Jahr einen leicht verhaltenen Anstieg mit Investitionen von 2,1% im Vergleich zu 2,7% des Vorjahres. Die Zeichen stehen nach dem kräftigen Nachlass von 2015 mit einer Einbuße von 0,2% dennoch unter positiven Vorzeichen. Insgesamt sind die Prognosen für das Wachstum des deutschen Marktes grundsätzlich positiv, wenn auch mit etwas gemäßigter Geschwindigkeit. Schaut man sich die Zahlen im Einzelnen an, so beeindrucken die hervorragenden Ergebnisse der Bauwirtschaft 2016, welche mit einem Plus von 4% die besten Resultate der letzten Jahre zeigt. Aktuell liegt das diesjährige Ergebnis bei einem Plus von 2,8% mit Prognosen für 2018 von Plus 2,4%. Die Analyse dieser Zahlen demonstriert, dass der größte Teil der Investitionen in Deutschland in den Wohnungsbau fließt (59%) gefolgt von Gewerbe- mit 26% und öffentlichen Baumaßnahmen mit 15%.
Den gleichen Verlauf und Trend hat auch der Absatzmarkt für Keramik in Deutschland. Der Verbrauch ist 2016 um 5,7 Millionen Quadratmeter auf 128 Millionen Quadratmeter kräftig gestiegen.

DEUTSCHLAND: WICHTIGSTE MAKROÖKONOMISCHE DATEN

	2014	2015	2016	2017	2018
Bruttoinlandsprodukt (var. % zum Vorjahr)	1,60%	1,50%	1,80%	1,70%	1,60%
Investitionen in Bauwirtschaft (var. % zum Vorjahr)	1,90%	-0,20%	2,70%	2,10%	2,60%
Wohnbau (var. % zum Vorjahr)	*3,00%*	*0,90%*	*4,00%*	*2,80%*	*2,40%*
Fliesenverbrauch [Mio m²]	119,7	122,3	128,0	131,7	135,1
var. % zum Vorjahr	*5,10%*	*2,20%*	*4,60%*	*2,90%*	*2,60%*
Import aus Italien [Mio m²]	48,2	51,4	54,3	56,9	59,1
var. % zum Vorjahr	*10,40%*	*6,70%*	*5,60%*	*4,80%*	*4,00%*

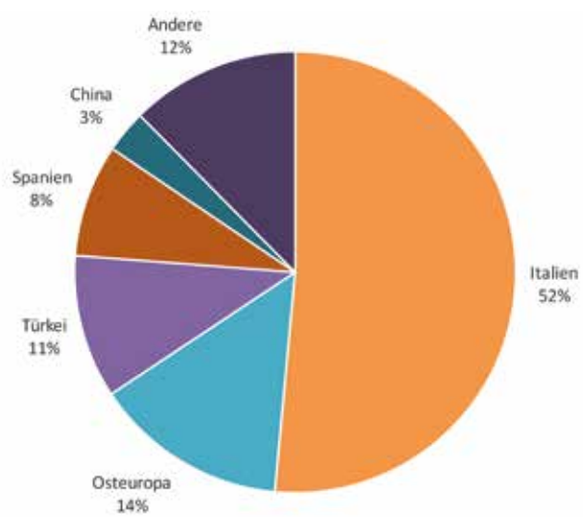
Quelle: Prometeia



Die italienischen Keramikhersteller haben diesen Wachstumstrend genutzt und stellen nun mehr als die Hälfte der deutschen Importe mit 51,4% im Jahr 2016. Das entspricht 54,3 Millionen Quadratmeter auf ein Gesamtimportvolumen nach Deutschland von 105,5 Millionen Quadratmeter. Deutschland importiert 82% des Bedarfs an Keramik aus dem Ausland und italienische Keramik behauptet damit ihre traditionelle Vormachtstellung auf ihrem Hauptabsatzmarkt, in den 16,4% des italienischen Produktionsvolumens fließen. Den Wettbewerb aus Osteuropa, der Türkei und Spanien lässt Italien damit weit hinter sich. Betrachtet man die Prognosen der Analysten so steht ein weiterer Anstieg im Verbrauch italienischer Keramikfliesen in Aussicht, auch wenn weniger stark. Erwartet wird ein Volumen von 135 Millionen Quadratmeter und damit liegt es in der Natur der Sache, dass italienische Exporte weiterhin steigen und knapp 60 Millionen Quadratmetern erreichen werden – um genau zu sein, werden 59,1 Millionen prognostiziert mit einem Anstieg von 4%. Das sind beeindruckende Ergebnisse, wenn man sie in Relation der gesamten italienischen Produktion sieht; so gesehen, belaufen sich die Exporte nach Deutschland auf „nur“ 9% der deutschen Importe.

FLIESENIMPORTE NACH DEUTSCHLAND - % NACH LÄNDERN - JAHR 2016

Quelle: Prometeia



Ideen für sprechende Objekte

von Alessandra Coppa

Studien zu Gegenständen des täglichen Gebrauchs sind für Giulio Iacchetti ein Anlass, diese neu zu erfinden oder neue Typologien zu entwickeln. Am Anfang einer Objektentwicklung stehen zunächst einmal viele Fragen und danach konzentriert er sich auf die Idee, um konkrete und funktionelle Formen zu schaffen, die aber auch viele symbolische Werte enthalten.
Die Erforschung Iacchettis geht über Form und Werkstoff hinaus und fokussiert auf den Sinn der Objekte jenseits ihrer Funktion: Ein Indiz für diesen Ansatz versteckt sich häufig im Namen oder im Bezug zu einem bestimmten Umfeld.
Giulio Iacchetti war auf der letzten Cersaie für die Gestaltung der Messehallen für die Badezimmerausstattung verantwortlich.

“Ein gut geplantes Designobjekt wird zu einem Lebensgefährten. Zeitlose Objekte sind solche, deren Rolle über ihre Funktion hinausgeht. Uns verbindet eine Geschichte mit ihnen. Sie erregen Gefühle und Zuneigung und eine sehr enge Beziehung. Authentische, echte Objekte sind solche, die Erinnerungen aufrufen und eine Geschichte entwickeln, sie werden zu Erzählern.”

Giulio Iacchetti

Wie begann Ihre Karriere als Designer eigentlich?

Meine Anfänge sind durch eine eher naive Haltung dem Design gegenüber charakterisiert. Ich bin Autodidakt und habe am Anfang eigentlich nichts anderes getan als meine Ideen in kleine Modelle und Prototypen zu verwandeln und diese den Firmen in recht improvisierter Weise vorzustellen. Im Laufe der Zeit habe ich diese Art von Kundenakquise etwas ausgefeilt, aber im Grunde genommen, mache ich es häufig auch heute noch so. Rückblickend sehe ich gewisse Ähnlichkeiten mit Meistern wie Enzo Mari und Aldo Rossi. Ich habe immer versucht, die von Mari geschaffenen Objekte zu verstehen, um nachzuvollziehen, wie er Projektlösungen für eine Produktart entwickelte. Mein Lernen fand durch die unmittelbare Auseinandersetzung mit seinen Objekten statt. Für mich war es wichtig, diese Objekte zu besitzen ohne irgendeine Mediation durch Video oder Fotos, weil sie eine enorme Ausstrahlung von Wissen und komplexen Lösungsansätzen in sich bergen. Diesem Ansatz von Mari, der sehr streng und intensiv ist und keine Abweichung von der formalen Lösung der Produkte gestattet, steht die wesentlich entspanntere Sichtweise von Aldo Rossi gegenüber. Bei ihm bewundere ich die Fähigkeit, Gebrauchsgegenstände zu entwickelt und zwar nicht durch funktionale Ableitungen, sondern in Bezug auf Urformen, die bereits in unserem Unterbewusstsein gespeichert sind. Von ihm habe ich gelernt, über das Binom Form-Funktion hinauszugehen und die Objektform als einen neuen Ansatz zu verstehen, auch über Verzerrungen, die aber trotzdem im Gedächtnis verhaftet bleiben. Seine Projekte sind alle bedeutungsvoll und überwiegend alle auch kommerziell sehr erfolgreich.

Was war Ihr erstes Objekt, das in Produktion gegangen ist?

Ein Handgriff: Das was das Abschlussprojekt einer Ausbildung, an der ich teilgenommen hatte. Das Modell aus gebogenem Holz habe ich einem Unternehmen vorgestellt, das es dann auch produziert hat. Diese Erfahrung hat mich für immer gezeichnet; ich verstand, dass ich meinen Beruf gefunden hatte.

Es wirkt so, als ob Sie Ihre Ideen in eine Form bringen und Ihr Ansatz immer vom Zweifel ausgeht; Studien fußen auf einer kritischen Diskussion, die Sie jedes Mal zu Beginn eines neuen Projektes durchführen. Sie haben einmal erwähnt, dass Sie Ideen auftauchen lassen. Was meinen Sie damit?

Ein Projekt ist ein Weg, das Ergebnis eines Prozesses. Als Designer treffen wir häufig auf Typologien, die bereits in mannigfacher Weise ergründet und interpretiert wurden. Was können wir noch dazu sagen? Vor allem muss erst mal ein Sinn gefunden werden. Man sollte die Dinge hinterfragen, sich nicht kopfüber in die Schaffung mehr oder weniger abstrakter Formen stürzen, die mehr oder weniger nah an der Gestik der Lösung ist, sondern sich als oberstes Ziel das ‚Warum‘ unseres Handels vor Augen führen, eher auf den Sinn und weniger auf die Methode achten.
Es gibt immer einen neuen Weg Dinge zu tun, aber diesen gilt es zu entdecken; um der bestehenden Objektwelt einen authentischen planerischen Beitrag zu geben, experimentiert man und dabei tauchen Ideen auf. Denn das Projekt ist eigentlich schon da, aber man muss es aufdecken, und das erfolgt durch Sondierung und Erkundung. Mit der Zeit taucht es auf und alles Verwendbare kommt zu Tage. Der Lärm, der Schmutz, das Nutzlose, die Komplexität, die redundanten Zeichen, und im besten Fall bleibt die Idee übrig. Eine Idee freizulegen erfordert, den Boden aufzugraben, Fragen zu stellen, neue Wege auszuprobieren und Fehler zu machen.

La fabbrica del vapore (Dampffabrik), Il Coccio (2008) und Eiswürfelbehälter Lingotto für Guzzini (2006).

Zu weiteren Interviews mit Architekten und Designern

Wasserhahn Drop,
IB Rubinetterie (2008) ;
Labirinth von Refin (2015).

Auf die Idee folgt die Absicht, eine Erzählung mit den Objekten zu verbinden?

Es entsteht fast der Eindruck, dass die Theorie, dass Objekte eine Geschichte erzählen erst heute entstanden ist. Aber Gegenstände erzählen immer schon eine Geschichte, der Rosettastein genauso wie eine Gießkanne. Dahinter steht immer der Gedanke des Entwicklers, der dadurch zu uns getragen wird.
Wenn ich ein gut gelungenes Objekt sehe, das meinetwegen schon 1000 Jahre alt ist, berührt mich das genauso wie ein wunderbares Gedicht oder ein Kunstwerk. Der Gegenstand steht immer im Dialog mit dem Nutzer. Ich glaube, dass alle Dinge uns etwas erzählen. Alle Objekte sind fähig, komplexe, einfache, banale oder wunderbare Geschichten zu erzählen.
Die eigentliche Frage ist nicht, ob Gegenstände eine Geschichte in sich tragen, sondern ob wir diese auch hören. Die Geschichte eines Produktes kann der Nutzer auf verschiedenen Ebenen verstehen. Die Kaffeekanne von Rossi zum Beispiel, die der Kuppel des Doms in Novara nachgestellt ist, erzählt eine unmittelbar nachvollziehbare Geschichte einer maßstabsgerechten Darstellung der Kuppel des Antonelli in einer Kaffeekanne. Diese kleine Kanne, die aus einer Stadtlandschaft heraus in unsere kleine Wohnlandschaft gelandet ist, beeinflusst die Beziehung mit den anderen Objekten in einer Küche, aus der weitere Geschichten von Harmonie und Gleichgewicht, Nähe und Ferne entstehen.

Erzählen Sie uns die Geschichte eines Ihrer Objekte, die Sie bezeichnend finden, um zu erklären, was Sie unter Design verstehen?

Am Ende kehren wir immer wieder zur Eiswürfelform Lingotto für Guzzini zurück, weil hier viele kleine Geschichten enthalten sind, an denen ich sehr hänge. Die Anfrage war, einen Gegenstand zum Thema Wasser zu entwickeln, der den Wert dieses unverzichtbaren und universalen Gutes einfließen lassen sollte. Ich habe also eine Eiswürfelform entworfen, die statt Würfeln aus Eis kleine Barren mit der Schrift GOLD produziert.

Der Lingotto ist also von einem simplen Eiswürfelbehälter aus Silikon zu einem Gegenstand, der zum Denken anregt, mutiert?

Mit Lingotto rege ich eine Überlegung zum Wert von Wasser an, ohne dabei als Moralprediger dastehen zu wollen. Lingotto zwingt nicht zu weniger Wasserverbrauch, sondern stellt Eis in Barrenform her anstatt der typischen Würfel. Auf der Unterseite jedes Barrens entsteht dabei die Schrift GOLD und das Wort erinnert daran, dass Wasser ein kostbares Gut ist, das nicht verschwendet werden darf.

Der kleine Prototyp ist für eine Ausstellung entstanden und wurde dann von einem großen Unternehmen industriell gefertigt. Damit schließt sich der Kreis für dieses kleine Projekt, das auch ein politscher Fall ist, denn ich glaube, Gegenstände dienen auch dazu.

Im Sinne, dass Sie in Projekten immer auf den demokratischen Wert der Objekte verweisen?

Vielleicht sollte man erst einmal klären, was unter demokratischen Objekten zu verstehen ist. Für mich sind das Objekte, die für alle verständlich sind und nicht selbstreferenzielle und hermetische Objekte, bei denen man sich fragt, was sie darstellen oder deren Form einen intellektuellen Ansatz für das Verständnis erfordert. Ein Gegenstand muss direkt zugänglich sein, alle Personen ansprechen – das ist für mich ein Beispiel von erweiterter Beteiligung und damit Demokratie. Natürlich wäre es wünschenswert, wenn auch der Verkaufspreis dieses Konzept ausdrücken würde. Nicht immer gelingt uns das und leider steht Design immer wieder auf der gleichen Stufe mit Luxus und Exklusivität. Der Wert einen teuren Objektes sollte gut kommuniziert werden, denn es ist gut gemacht und man wird lange Freude daran haben.

Haben Sie mit bereits Keramikfliesen- oder Sanitärherstellern zusammengearbeitet?

In Vergangenheit habe ich mit dem Sanitärkeramikhersteller Globo zusammengearbeitet und vor kurzem habe ich für Refin eine Fliesenkollektion geschaffen. Zusammen mit Refin ist ein geometrisches Dekor entstanden, mit dem sehr variable Kombinationsmöglichkeiten zu attraktiven grafischen Bildern zusammengefügt werden können. Dieses Projekt hat uns viel Spaß gemacht: Es heißt Labyrinth und bildet eine sehr vielfältige und ansprechende Oberflächenstruktur.
Für die Cersaie habe ich die Messehallen für die Badezimmerausstatter neu gestaltet. Ich habe hier einen Ansatz entwickelt, der die Hallen und ihre Aussteller aufwertet und zum Besuch einlädt. Die Hallenwände wurden durch kleine, aber sehr wirkungsvolle Eingriffe neu definiert und haben nun eine Art flexible und schimmernde Abdeckung, die an einen Wasserfluss erinnert. Außerdem wurde eine besondere Gewebestruktur für den Bodenbelag entwickelt, durch den die Gänge elegant und attraktiv wirken.

Mehr zu Giulio Iacchetti

Zu seinen Projekten

www.giulioiacchetti.com/projects

Wäscheklammer für Coop (2008)

BIOGRAPHIE

Giulio Iacchetti ist seit 1992 als Industriedesigner tätig und hat mit verschiedenen Firmen kooperiert, darunter Abet Laminati, Alessi, Artemide, Ceramiche Refin, Danese, Fontana Arte, Foscarini, Magis, Moleskine, Pandora design. Sein besonderes Kennzeichen ist die Suche und Definition neuer Objektarten, wie beispielsweise Moscardino, einem biologisch abbaubaren Mehrzweckbesteck, das er gemeinsam mit Matteo Ragni für Pandora design entwickelte und welches 2001 mit dem Designpreis Compasso d'Oro ausgezeichnet wurde. Im Jahr 2009 wurde er mit der höchsten Auszeichnung für Innovation vom Präsidenten der italienischen Republik für sein Projekt Eureka Coopa geehrt, mit dem er Design im Lebensmittelhandel einführte. Auf der Triennale in Mailand gastierte 2009 seine Einzelausstellung „Giulio Iacchetti. Ungehorsame Objekte". Iacchetti legt in seinen Arbeiten viel Wert auf die handwerkliche Realität und Design und ruft 2012 Internoitialiano ins Leben, eine „ausgedehnte Fabrik" bestehend aus vielen Werkstätten verschiedener Handwerker, mit denen er Einrichtung und Zubehör baut, das dem Leben und Tun der italienischen Bevölkerung nachempfunden ist.
Gleichzeitig führt er seine persönlichen Studien zu neuen Themen wie das Kreuz fort, aus dem die Wanderausstellung „Cruciale" im Diözesan Museum in Mailand, in der Basilika von Santo Stefano Rotondo in Rom und im Castello di Lombardia in Enna hervorging. Mit der Ausstellung Razione K, der Ration für Soldaten an der Front, einer Aktion der Triennale in Mailand im Januar 2015, ist eine Reflektion zur Wesentlichkeit und Planung des anonymen Designs zum Thema Lebensmittel entstanden.
2014 erhält er zum zweiten Mal den Designpreis Compasso d'Oro für seine mit Matteo Ragni für Montini geschaffenen Kanaldeckel.

CERAMICS OF ITALY. ITALIANS MAKE THE DIFFERENCE.

Die wichtigste Zutat italienischer Keramik sind die Menschen. Wie Marco, Vertriebsleiter, der den Erfolg italienischer Keramik mit seiner Erfahrung Tag für Tag unterstützt. Nur herausragende Hersteller italienischer Keramik, Sanitärkeramik und Geschirr dürfen das Siegel Ceramics of Italy verwenden, das für Qualität, Design und italienischen Stil steht. Verlangen Sie immer Ceramics of Italy, Garant für das beste Keramikmaterial der Welt.

www.ceramica.info

Ceramics of Italy

Ceramics of Italy, getragen von Confindustria Ceramica · dem italienischen Fachverband der Keramikhersteller · ist eine Marke der Edi.Cer S.p.A, dem Veranstalter der Cersaie (Internationale Fachmesse fur Architekturkeramik und Badezimmerausstattung, Bologna 24. · 28. September 2018 · www.cersaie.it)

fuoriformato
OVERSIZE • HANDICRAFT AND TECHNOLOGY
FUORIFORMATO is a fresh and exclusive approach to the world of big ceramic surfaces. For the first time large-dimension of porcelain stoneware meets the explosion of color and the creativity of sketching.
FUORIFORMATO is the new brand of TARGET GROUP dedicated to big surfaces.
fuoriformato
TARGET GROUP
Via del Crociale, 69 - Fiorano Modenese_MO_Italy - fuoriformato.com

Gobelins flämischer Meister und Feinsteinzeug

DIE VERKLEIDUNGEN ZWEIER MINISTERIEN IN DEN HAAG BILDEN EINE REISE DURCH KÜNSTLERISCHE UND ARCHITEKTURTECHNISCHE ZITATE VON BERLAGE BIS VERMEER

von Simona Storchi

DIE MINISTERIEN FÜR SOZIALWESEN VWS UND GESUNDHEIT SZW

PROJEKT
HOFMAN DUJARDIN ARCHITECTEN
WWW.HOFMANDUJARDIN.NL

FOTO
MATTHIJS VAN ROON
MATTHIJSVANROON.COM

KERAMIKBELÄGE
COEM
WWW.COEM.IT

DISTRIBUTION
TEGELGROEP NEDERLAND B.V.
HTTPS://TEGELGROEP.NL

BAUJAHR
2016

Bodenbeläge, die an Bilder flämischer Meister erinnern mit leuchtenden Farben und geometrischen Mustern von niederländischen Malern und Künstlern. Die Reise durch Zitate aus der Architektur und einzigartiger stilistischer Suggestionen führt zum Ministerium für Sozialwesen und Beschäftigung und dem Ministerium für Gesundheit, Soziales und Sport in Den Haag. Die 60.000 qm großen Gebäude Helicon und Castalia sind unter dem Namen „Die Residenz“ bekannt und Werk der postmodernen Architekten Michael Graves aus Amerika und Sjoerd Soeters aus Holland. Sie fassen intern und extern die wesentlichen Elemente der niederländischen Architektur zusammen mit Elementen von Den Hoog, Berlage und Escher. Das Sanierungs- und Redevelopmentprojekt der beiden Bürotürme der Ministerien lag in den Händen des interdisziplinären Teams cepezed und Antea Group HofmanDujardin.

Von der hellen und attraktiven Eingangshalle des Helicon und Castalia führen neun Treppenabschnitte zu den ersten fünf Etagen, in denen verschiedene Konferenz- und Arbeitsräume sowie Restaurants untergebracht sind. Die Büroräume der Minister und ihrer Teams befinden sich im fünften Stock, die Verwaltungsbüros zwischen dem sechsten und zwanzigsten Stock. In der letzten Etage des Castalia entstand ein Eventbereich für Kongresse und Treffen mit einer spektakulären Sicht auf Den Haag.

Für den Innenausbau der Residenz hat sich das Architekturbüro HofmanDujardin den Designideen von Berlage und der Kunst von Vermeer bedient und Verkleidungen geschaffen, welche die Oberflächen nutzen als wären sie eine Leinwand. Der Keramikbelag der Serie T.U. stammt von Ceramiche COEM. Farben und Verlegemuster des Bodenbelags dienen als Hilfsmittel für die Gestaltung des Bodens und symbolisieren nun im ersten, zum Teil publikumsoffenen Bereich die Architektur des Gebäudes.

Weitere Projekte zum Thema Arbeitswelt weltweit finden Sie hier

T.U. Cold White | T.U. Warm White | T.U. Havana | T.U. Anthracite | T.U. Warm Black | T.U. Cold Black

PROJEKTTYP
Arbeitswelt

ANWENDUNGSBEREICH
Bodenbelag innen

Keramikbeläge
Coem
Feinsteinzeug
T.U.
Cold White, Warm White, Cold Black, Warm Black, Havana, Anthracite
60x60, 15x6, 10x60 cm, 30x30 cm, 10X30 cm, Dreieck 15x60 cm

Technische Eigenschaften
Wasseraufnahme (ISO 10545-3): ≤ 0,06%
Biegezugfestigkeit (ISO 10545-4): 45 N/mm²
Widerstand gegen Tiefenverschleiß (ISO 10545-6): 123 mm³
Widerstand gegen lineare thermische Dehnung (ISO 10545-8): konform
Temperaturwechselbeständigkeit (ISO 10545-9): konform
Frostbeständigkeit (ISO 10545-12): konform
Chemikalienbeständigkeit (ISO 10545-13): ULA
Trittsicherheit (DIN 51130): R9

Zertifizierungen
LEED, EMAS, ISO 14001, NF-Upec

„Das Projekt für die Residenz ist wirklich einzigartig und besonders“, erklärt der Architekt Michiel Hofman, „Castalia hat ein Giebeldach mit Verlegemustern und diagonalen Schnitten während Helicon dem Takt und Rhythmus der drei Türme nachempfunden ist. Die gleichen bunten Fliesen wurden in unterschiedlicher Form verlegt, so dass sie zwar farblich schlüssig, aber doch differenziert sind und Gästen und Mitarbeitern einen Leitfaden zur Orientierung innerhalb der Gebäude geben.“

Angeregt durch die Vorliebe des Architekten Graves für niederländische Klassiker haben die Designer des Architekturstudios HofmanDujardin die Themen einiger bekannter flämischer Bilder aus der Tradition und Moderne mit recht- und dreieckigen Fliesen reproduziert. Jede Büroetage charakterisiert ein anderes der rund 30 verwendeten Musterthemen. Für das Ministerium Gesundheit Soziales und Sport ist es das Thema “Gesundheit und Freizeit”, im Ministerium für Sozialwesen und Beschäftigung hingegen „Arbeit“. Die großen Fliesengobelins (50x50 cm) sind eingefasst von maßgeschneiderten, bunten Tafeln, welche das Gesamtbild abrunden. Das Ergebnis sind 300 verschiedene, dynamische Muster, die Büros und Gemeinschaftsbereiche kennzeichnen.

ÄHNLICHE ARTIKEL

Verlegung – die verschiedenen Phasen

> www.ceramica.info/de/articoli/verlegung-verschiedenen-phasen/

Nur in Italien gefertigte Keramik darf Ceramics of Italy heißen

> www.ceramica.info/de/articoli/italien-keramik/

Durchdachtes Design

DAS NEUE MOMENTUM HOTEL IN GÖPPINGEN BEI STUTTGART IST DER JÜNGSTE NEUZUGANG DER HOTELKETTE ARTHOTEL ANA UND BIETET INNOVATIVES DESIGN VERBUNDEN MIT EINER STARKEN, STILSICHEREN AUSSTRAHLUNG

von Donatella Bollani

ARTHOTEL ANA MOMENTUM

PROJEKT
STUDIO DFROST
WWW.DFROST.COM

FOTO
TOBIAS FRÖHNER
WWW.TOBIAS-FROEHNER.COM

KERAMIKBELÄGE
ATLAS CONCORDE
WWW.ATLASCONCORDE.COM

DISTRIBUTION
I&M BAUSTOFFRING
WWW.BAUSTOFFRING.DE

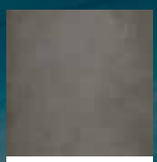
BAUJAHR
2017

Das Hotel liegt zentral mitten in der historischen Altstadt von Göppingen, einer kleinen Stadt rund 40 km von Stuttgart entfernt, und besticht durch seine Mischung unterschiedlicher Stilrichtungen und Designideen. Das Interior des neuen Designhotels in Göppingen erinnert ganz bewusst an die Stiltrends der 1950er und 1960er Jahre und verknüpft diese nonchalant mit High-Tech und moderner Hotelkultur nach Konzepten der Innenarchitekten des Studios DFROST aus Stuttgart.
Der Grundriss des Hotels erinnert an das Gitterwerk der Eisenbahnschienen der Märklin, die nach ihrer Gründung 1859 viele Jahre lang führend im Bau von Modelleisenbahnen war. Genau diese Verbindung zur Tradition ist eines der besonderen Elemente in den Projekten dieser Hotelkette, die in jedem Haus Wert auf Highlights der Kunst und des Designs legt. Hohe Standards und liebevolle Details, auch bautechnisch, tragen zu einer ansprechenden Atmosphäre bei.
Der Anforderung nach Privatsphäre und flexiblen Flächen wird durch das Layout der Zimmer entsprochen und geht einher mit dem Konzept der offenen Lobby, einem Hybrid aus Wohnzimmer mit großen Tischen für gesellige Gruppen und kleineren, intimen Bereichen für private oder Geschäftsmeetings kombiniert mit einer Bibliothek für Leseratten oder als ruhige Arbeitsecke.
Zum Wohn- und Lesebereich kommt auch ein ultramoderner Konferenzsaal, der stilistisch schlüssig mit dem Vintage-Flair und den feinen kleinen Details des Hauses ist: Tisch und Tapete wurden speziell für die Hotelkette Arthotel ANA geschafften und nehmen das Achteck des Logos auf.
Die Kombination von individuellem Design und familiärer Atmosphäre entsteht auch durch die Baustoffe, mit denen die Volumen des Hotels gestaltet sind. Selbst wenn der Aufenthalt nur kurz ist, so bleiben doch die elektronischen und Beleuchtungselemente mit einer hochwertigen, integrierten und durchgängigen Beleuchtung in allen Bereichen und zahlreichen USB-Ladestationen für elektronische Geräte positiv in Erinnerung.

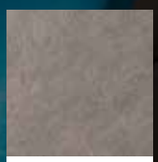
Weitere Projekte zum Thema Hospitality weltweit finden Sie hier

Projekttyp
Hospitality

Anwendungsbereich
Bodenbelag innen



Dwell
Smoke



Block
Grigio

Keramikbeläge
Atlas Concorde
Feinsteinzeug
Dwell - Smoke
Block - Grigio
75x75cm

Zertifizierungen
LEED

Technische Eigenschaften
Wasseraufnahme (ISO 10545-3): ≤ 0,1%
Biegezugfestigkeit (ISO 10545-4): ≥ 40 N/mm2
Widerstand gegen Tiefenverschleiß (ISO 10545-6): ≤ 150 mm^3
Widerstand gegen lineare thermische Dehnung
(ISO 10545-8): konform
Temperaturwechselbeständigkeit (ISO 10545-9): konform
Frostbeständigkeit (ISO 10545-12): konform
Chemikalienbeständigkeit (ISO 10545-13): UA
Fleckenbeständigkeit (ISO 10545-14): konform
Trittsicherheit (DIN 51130): R9

Für den Belag des Empfangs und der Badezimmer entschied sich das Studio DFROS für Feinsteinzeug mit dem unvergesslichen Finish der Serien Dwell und Block aus dem Hause Atlas Concorde.
Das Feinsteinzeug in der Farbstellung Smoke mit Betonoptik der Serie Dwell erinnert mit dem matt gespachtelten Zementfinish an Nuancen und Unebenheiten urbaner Atmosphären. Eine fein ausgearbeitete Mikrostruktur der Oberfläche stellt den Effekt der manuellen Spachtelung perfekt nach. Diese Optik passt zu dem Konzept des beeindruckenden Gitteraufbaus der Decke, die an eine bühnentechnische Inszenierung erinnert und die Rezeption und Bar originell charakterisiert.
In den Bädern des neuen Momentum Arthotel ANA hingegen stehen die Platten der Serie Block aus der Kollektion Atlas Concorde Solution im Vordergrund. Mit einer Dicke von 20 mm lassen sich die Fliesen in allen Räumen leicht verlegen und schaffen einen attraktiven Natursteineffekt: eine natürlich wirkende Optik, die sich durch ihre Ausstrahlung für den Einsatz im Innen- und Außenbereich eignet.

ÄHNLICHE ARTIKEL

Planung und Identität

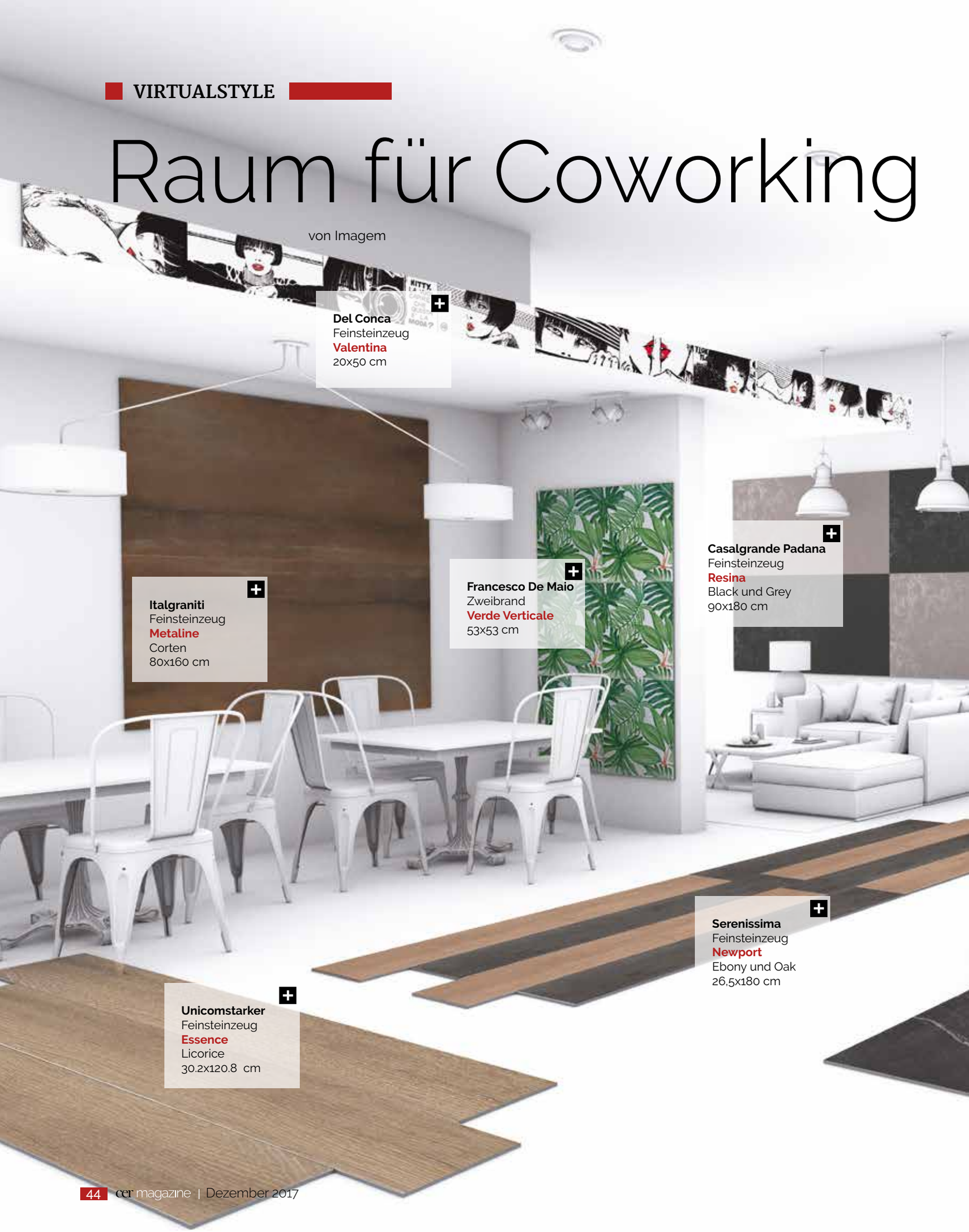
www.ceramica.info/de/articoli/video-nachhaltigkeit/

Fliesen und ihr Einsatzort

www.ceramica.info/de/articoli/fliesen-und-ihr-einsatzort/

Raum für Coworking

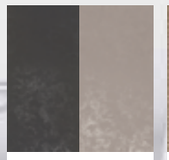
von Imagem



VALENTINA

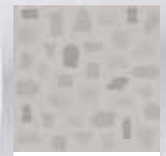
Metaline CORTEN

Verde VERTICALE


Resina BLACK+GREY

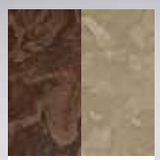
Essence LICORICE

Newport EBONY+OAK


Fragments RESIN CLOUD

Marina Bays MIXCOLOR

Atlantis BLACK


Futuro ANTERIORE

Lamborghini tiles
Feinsteinzeug
Marina Bays
Mixcolor
45x90 cm

Ceramiche Piemme
Feinsteinzeug
Fragments
Resin Cloud
60x60 cm

Ornamenta
Feinsteinzeug
Futuro anteriore
Fango und Paglierino
25x25 cm

Verde 1999
Feinsteinzeug
Atlantis
Black
90x90 cm

UMWELT-PRODUKTDEKLARATIONEN FÜR ITALIENISCHE KERAMIKBELÄGE

EPD, Unterscheidungsmerkmal für nachhaltige Architektur

von Walter Sancassiani

CONFINDUSTRIA CERAMICA UNTERSTÜTZT DIE EINFÜHRUNG DER UMWELT-PRODUKTDEKLARATION (EDP) BEI DEN MITGLIEDSFIRMEN. ZIEL IST DIE VERIFIZIERUNG DER ÖKOBILANZ VON KERAMIKBELÄGEN UND DIE BEPUNKTUNG FÜR NACHHALTIGKEIT IN DEN ENTSPRECHENDEN KLASSIFIZIERUNGEN

Was ist EDP?
EDP ist eine unabhängige Verifizierung durch Dritte und enthält umfassende quantitative Informationen, die gemäß ISO 14025 vergleichbare und verständliche Daten zur Ökobilanz eines Produktes während seines Lebenszyklus liefert. Kurz gesagt, enthält eine EDP allgemeine Informationen zum Produkt und seinem Produktionsprozess, eine Analyse seiner Leistungsmerkmale und dem Einfluss auf verschiedene Umweltaspekte und Kategorien. Dies erfolgt durch eine Untersuchung des Lebensweges des Produktes und zusätzlicher Umweltfaktoren.

Wozu dient die Deklaration?
Die italienischen Keramikhersteller bieten damit ein weiteres Instrument für die Produktion und Kommunikation zum Thema Nachhaltigkeit und damit eine strategische Differenzierung italienischer Produkte im internationalen Wettbewerb.
In Zusammenarbeit mit Think Step erstellte Confindustria Ceramica 2015 seinen Mitgliedern eine Branchenstudie zur EDP. Durch den Erwerb der Studie lieferte der Fachverband allen Herstellern von Keramikbelägen für die Ausstellung von EDP für Einzelprodukte bereits Informationen ausgehend von

durchschnittlichen Branchendaten. Damit sparen die Mitgliedsfirmen Zeit und Geld.
Das Verfahren zur Erstellung einer Umweltdeklaration wird eindeutig in dem Dokument „PCR“ (Product Category Rules) beschrieben.
Jedes PCR bezieht sich auf eine Warengruppe und sichert damit eine einheitliche Erstellung und schlussendlich die Vergleichbarkeit der Angaben.

Stellenwert der EDP für Planer und Architekten
EDP ist eine wertvolle technische und informative Quelle für die Bauwelt, die beim Erwerb von Produkten mit nachweislich nachhaltigen Eigenschaften und bei der Planung von Smart und Green Building Gebäuden unterstützt. EDP hilft durch zuverlässige und präzise Kriterien bei der Erstellung der Leistungsqualifizierung. Die Kriterien werden nach der Erstellung durch den Hersteller einer rigorosen Kalkulation und Verifizierung durch Dritte unterzogen. Weiterhin erweitert sich die EDP durch eine Reihe von qualitativen und quantitativen Kriterien optimal mit den jüngsten Wertungschemata für nachhaltiges Bauen und Ressourceneffizienz in der Bauwirtschaft.

Vorteile der EDP für den Planer
Die Umweltdeklaration leitet für Keramikbeläge abhängig von einer Reihe von Variablen bestimmte Einsatzvorteile ab. Die Gewichtung der Variablen hängt von den jeweiligen Ratingkriterien für internationalen Green Building Zertifizierungen ab. Die LEED (Leadership in Energy and Environmental Design) Zertifizierung beispielsweise vergibt eine höhere Punktzahl, wenn mindestens 20 Baustoffe für das Projekt gewählt werden, von denen mindestens fünf von verschiedenen Lieferanten nach EDP zertifiziert sind. In diesem Fall wird ein zusätzlicher Punkt vergeben. Für die 20 Baustoffe wird zugrunde gelegt: 1/4 der Produkte mit von Dritten verifizierten LCA (Life Cycle Analysis); 1/2 der Produkte mit branchendurchschnittlichem EPD; 1 Produkt im Falle eines spezifischen EPDs.
Bei Anwendung von BREEAM Standards (Building Research Establishment Environmental Assessment Method) erhält ein Projekt einen Zusatzpunkt für fünf EDP zertifizierte Produkte, sowie einen weiteren Bonuspunkt für mindestens 10 EDP zertifizierte Produkte.
Bei deutschen DGNB Vorgaben (Deutsche Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen) werden die EDP Daten für die Berechnung des gesamten LCA verwendet und stellen anteilig 13,5% der Gesamtbewertung.
Im französischen Standard kommt das Umweltzertifikat sowohl im Wohnungs- als auch im Gewerbebau zum Einsatz und dient als Voraussetzung für die Leistungseinstufung „Perfoming“ und „High Performing“.

ÄHNLICHE ARTIKEL

Zur Vollversion des Berichtes:
www.ceramica.info/de/articoli/umwelt-produktdeklarationen/

Zum Video Nachhaltigkeit von Keramik:
www.ceramica.info/de/articoli/video-nachhaltigkeit/

Weitere Artikel zur Technik

DAS POTENZIAL VON KERAMIK FÜR DIE ENERGIESANIERUNG, ÄSTHETIK UND WIRTSCHAFTLICHKEIT

Die Gebäudehülle

von Beatrice Lucchese* und Sandra Fazio**

Das Thema der Gebäudehülle, der Nachhaltigkeit und der Energieeinsparung erhält unter dem Einfluss einer vermehrten Aufmerksamkeit für Ästhetik und neuen steuerlichen Absatzmöglichkeiten neuen Antrieb. Eine spannende Herausforderung für Architekten heute, unabhängig davon, ob es sich um eine einfache Verkleidung oder eine ausgefeilte hinterlüftete Fassade handelt.
Der größte Teil der Bausubstanz in Italien und in Europa besteht aus Gebäuden, die den aktuellen energietechnischen und ästhetischen Ansprüchen definitiv nicht genügen und Kandidaten für eine Energiesanierung wären. Nach Schätzungen der Enea (Nationales Institut für alternative Energiequellen) liegt der durchschnittliche Wärmebedarf von Wohnhäusern pro Jahr bei rund 180 kWh/qm mit Spitzenwerten bis über 280 kWh/qm. Neubauten, die rund 5-7% der vorhandenen Bausubstanz stellen, verbrauchen in der Regel weniger als 75 kWh/qm pro Jahr.
Einen Impuls zur Sanierung von Bauwerken gab die kürzliche Verabschiedung eines neuen nationalen Regelwerkes, nach dem höhere steuerliche Vergünstigungen für Gebäude bei umfassenden Maßnahmen auf der Hülle vorgesehen sind. Der bisherige Satz von 65% des Aufwandes für die Energieoptimierung wurde auf 70% für umfangreiche Sanierungen 2. Grades erhöht, d.h. für alle Energieoptimierungen der Gebäudehülle mit einem Anteil von mehr als 25% der wärmeabgebenden Bruttofläche. Weitere 5% sind für Energieoptimierungsmaßnahmen vorgesehen, die gemäß des Ministeriellen Erlasses vom 26. Juni 2015 zu einer besseren Energieleistung des Gebäudes im Sommer und Winter führen.
Es stellt sich also die Frage, welche die besten technischen Lösungen zur Optimierung der Gebäudehülle sind. Sieht man einmal von den herkömmlichen Lösungen wie eine Wärmefassade oder eine Dämmung von Innen ab, ist eine der Lösungen zur Sanierung der Gebäudehülle eine hinterlüftete Fassade. Eine „intelligente“ Fassade also, die auf dem Prinzip einer physikalischen Diskontinuität zwischen dem externen Parameter und der Innenwand basiert, die durch die Schaffung eines Hinterlüftungsraumes entsteht, der eine natürliche Zirkulation der Luft nach dem Schornsteinprinzip bewirkt. Dieses Dämmverfahren wird trocken auf vorhandene oder Neubauten montiert und trägt zweifelsohne zu besserer Energie- und Wärmeausbeutung, akustischer Dämmung und Langlebigkeit des Bauwerks bei. Der gleichmäßige Auftrag der Dämmung auf dem Außenbereich wirkt

WÄRMEÜBERTRAGUNG MIT UND OHNE KERAMIK

GEBÄUDEART	STANDORT	MASSNAHME	K-KOEFFIZIENT (W/m²K)	
			vorher	nachher
Wohnhaus	Mailand	Fassadensanierung	0,90	0,26
Wohnhaus	Bergamo	Fassadensanierung	0,75	0,25

Quelle :Centro Ceramico Bologna

sich positiv auf die Reduzierung von Wärmebrücken aus, über die ein hoher Anteil der Wärme entweicht. Die Wärmeübertragung des Mauerwerks wird reduziert und optimiert damit den Energiebedarf sowohl im Sommer als auch im Winter.
Der vorhandene Luftpuffer wird über Luftstutzen am Fuß und am oberen Rand der hinterlüfteten Fassade belüftet und verhindert so mögliche Kondenswasserbildung auf der Innenfläche. Der Wärmegradient, der sich zwischen der Temperatur des Hohlraums und der Außentemperatur bildet, schafft eine thermische Dynamik, die den entstehenden Dampf aus den Innenräumen abzieht und die Verdunstung der Gebäudefeuchtigkeit unterstützt.
Die direkt auf dem Mauerwerk angebrachte metallische Außenverkleidung bildet nicht nur die optische Hülle des Gebäudes, sondern dient als Schutzwall gegen Witterungseinflüsse für die Dämmung. Weiterhin sorgt sie für die Langlebigkeit des Systems und verhindert durch die Abstrahlung der Sonneneinwirkung auf der Verkleidung eine Überhitzung des Mauerwerks während der Sommermonate. Zu den zahlreichen Vorteilen des Systems im Vergleich zu einer herkömmlichen Mauer zählt auch die Wartungsfreundlichkeit sowie die Möglichkeit, eventuelle Gebäudeanlagen wartungsfreundlich in dem Hohlraum zu verstecken. Häufig ist die hinterlüftete Fassade die optimale Lösung, um nicht nur einen breiten gestalterischen Spielraum zur optischen Gestaltung zu nutzen, sondern auch um Kosten für die Demolierung vorhandener Gebäudeteile zu vermeiden. Da die gesamte Montage extern erfolgt, werden auch die Bewohner des Hauses nicht unnötig belästigt.
Feinsteinzeug spielt bei der Verkleidung der Fassade eine wichtige Rolle, da vielseitige und ansprechende Lösungen mit hohen Leistungsmerkmalen bereitstehen. Beim Einsatz von Feinsteinzeug kommen nicht nur die ästhetischen Vorteile zum Tragen, sondern es werden auch die hohen technischen Eigenschaften genutzt, die den Belastungen eines solchen externen Aufbaus widerstehen: von Schlag- und Stoßfestigkeit zu Temperaturwechselbeständigkeit, Chemikalienresistenz und Widerstand gegen aggressive Umwelt- und Klimaverhältnisse. Die großformatigen Keramikplatten, die mithilfe von hochauflösender Digitaldrucktechnik die unterschiedlichsten Oberflächen und Strukturen nachstellen - von geädertem Naturstein, Marmor, Metall und Holz mit Maserungen, die auch haptisch spürbar sind - eignen sich daher auch für den Einsatz in mehrstöckigen Gebäuden. Feinsteinzeug ist der ideale Baustoff, um jedem Bauwerk eine schlüssige, bautechnische Struktur zu verleihen, die sich harmonisch in ihr Umfeld einpasst.
Neben den ureigenen technischen Merkmalen von Feinsteinzeugfliesen erfüllt das Material auch neue Funktionsanforderungen, die einen

Aufbau einer hinterlüfteten Fassade
1. Tragendes Mauerwerk
2. Dämmschicht
3. Metallträger
4. Steinzeugplatte

weiteren Mehrwert darstellen und Innovation und Nachhaltigkeit fördern. Die Funktionalisierung der Oberfläche erweitert die Auswahlmöglichkeiten für Gebäudehüllen durch Keramikfliesen, die einen aktiven Beitrag zur Energieeffizienz des Bauwerks leisten; beispielhaft wären da zu nennen Funktionen wie Fotovoltaikanlagen durch die Integration von Solarzellen in die Fliesenoberfläche sowie die Kontrolle der Sonneneinstrahlung mit dem Ziel, den SRI (Solar Reflectance Index) der Flächen zu steigern und dadurch Wärmeinseln zu vermeiden.
Obwohl die Energiesanierung der Gebäudehülle bislang eher durch gesetzliche Auflagen als durch das Bewusstsein der eigentlichen Vorteile für die Umwelt und die Menschen getrieben wird, hat sie eine unmissverständlich direkte Auswirkung auf die wirtschaftlichen Vorteile für die Eigner, die oft nicht unbedingt so offensichtlich ist. Verschiedene Beispiele, einige davon in der Tabelle 1 zusammengestellt, zeigen, dass hinterlüftete Fassaden zu Heizkosteneinsparungen und Reduktion von Wärmebrücken im Sommer und Winter beitragen. Geringere Energiekosten aufgrund geringerer Heiz- und Klimakosten sind eine Folge. Werden bei der Sanierung nicht nur Mauern, sondern auch Fenster und Dachabdeckungen miteingebunden, kann der Energieverbrauch von Gebäuden um bis zu 70-80% gesenkt werden. Durch die Sanierung der Gebäudehüllen kann die Heiz- und Klimatechnik von Mietshäusern im Vergleich zu den bislang eingebauten Anlagen beispielsweise größen- und leistungsmäßig reduziert eingebaut bzw. angepasst werden. Schaut man sich den aktuellen Energiemarkt an und die laufend steigenden Heizkosten, dann wird deutlich, dass ein Gebäude, das energie- und damit kostenoptimiert ist, eine langfristig wirtschaftlich gute Investition ist. Nicht zuletzt trägt eine optische und ästhetische Aufwertung eines Bauwerks mit modernen, zeitgenössischen Linien auch zu einer höheren Attraktivität auf dem Miet- oder Immobilienmarkt bei mit einer durchschnittlichen Aufwertung von 10% der Durchschnittspreise. Das Fazit lautet also, dass eine hinterlüftete Fassade abgesehen von den aktuellen Steuerbeihilfen für die Energieoptimierung, die eine solche Maßnahme interessant machen, einen doppelten Vorteil hat: zum einen die bauliche, optische Aufwertung, zum anderen eine Kosteneinsparung.

ÄHNLICHE ARTIKEL:

Die Planung von vorgehängten Fassaden

www.ceramica.info/de/articoli/planung-vorgehaengten-fassaden/

**Abteilung für Bautechnik, Chemie, Umwelt und Werkstoffe (DICAM), Universität Bologna, Italien.*
*** Centro Ceramico, Bologna und Sassuolo, Italien.*

RAIMONDI

DAS KOMPLETTE WERKZEUG-PROGRAMM FÜR GROSSFORMATE

raimondispa.com

NIVELLIEREN

SCHNEIDEN

VERLEGEN

TRANSPORT

NIVELLIEREN

CERAMICS OF ITALY. ITALIANS MAKE THE DIFFERENCE.

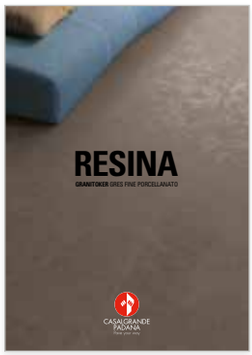
Die wichtigste Zutat italienischer Keramik sind die Menschen. Wie Loretta, Dekorateurin, die ihre schöpferische Leidenschaft Tag für Tag in etwas Einmaliges verwandelt. Nur herausragende Hersteller italienischer Keramik, Sanitärkeramik und Geschirr dürfen das Siegel Ceramics of Italy verwenden, das für Qualität, Design und italienischen Stil steht. Verlangen Sie immer Ceramics of Italy, Garant für das beste Keramikmaterial der Welt.

www.ceramica.info

Ceramics of Italy

Ceramics of Italy, getragen von Confindustria Ceramica · dem italienischen Fachverband der Keramikhersteller · ist eine Marke der Edi.Cer S.p.A, dem Veranstalter der Cersaie (Internationale Fachmesse fur Architekturkeramik und Badezimmerausstattung, Bologna 24. · 28. September 2018 · www.cersaie.it)

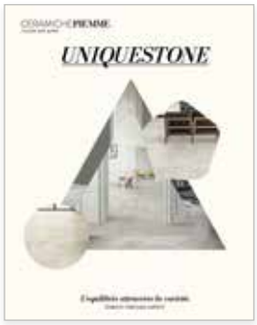
KATALOGE



1. RESINA
CASALGRANDE PADANA
Format: 21X29.7
Seiten: 28
Fotos: 16
casalgrandepadana.com

2. GENERALKATALOG 2017
CERAMICA RONDINE
Format: 21x29,7 cm
Seiten: 632
Fotos: 232
ceramicarondine.it

3. PANAREA
CERAMICHE CAMPOGALLIANO
Format: 21x29.7cm
Seiten: 12
Fotos: 7
ceramichecampogalliano.it



4. UNIQUESTONE
CERAMICHE PIEMME
Format: 24x30 cm
Seiten: 80
Fotos: 95
ceramichepiemme.it

5. 2017 COLLECTION
DEL CONCA FAETANO
Format: 17x22 cm
Seiten: 523
delconca.com

6. GENERALKATALOG
ECODESIGN
Format: 21x29.7 cm
Seiten: 80
Images: 100
ecodesignsrl.it

7. 20TWENTY
EMILCERAMICA
Format: 20x20 cm
Seiten: 5
Fotos: 5
emilgroup.it/emilceramica

8. GIO PONTI L'INFINITO BLU
FRANCESCO DE MAIO
Format: 24x24 cm
Seiten: 288
Fotos: 98
francescodemaio.it

9. MEGA
ITALGRANITI GROUP
Format: 24x33 cm
Seiten: 64
Fotos: 16
italgranitigroup.com

10. PIETRE NATURALI
MONOCIBEC
Format: 23x29,7 cm
Seiten: 44
Fotos: 16
monocibec.it

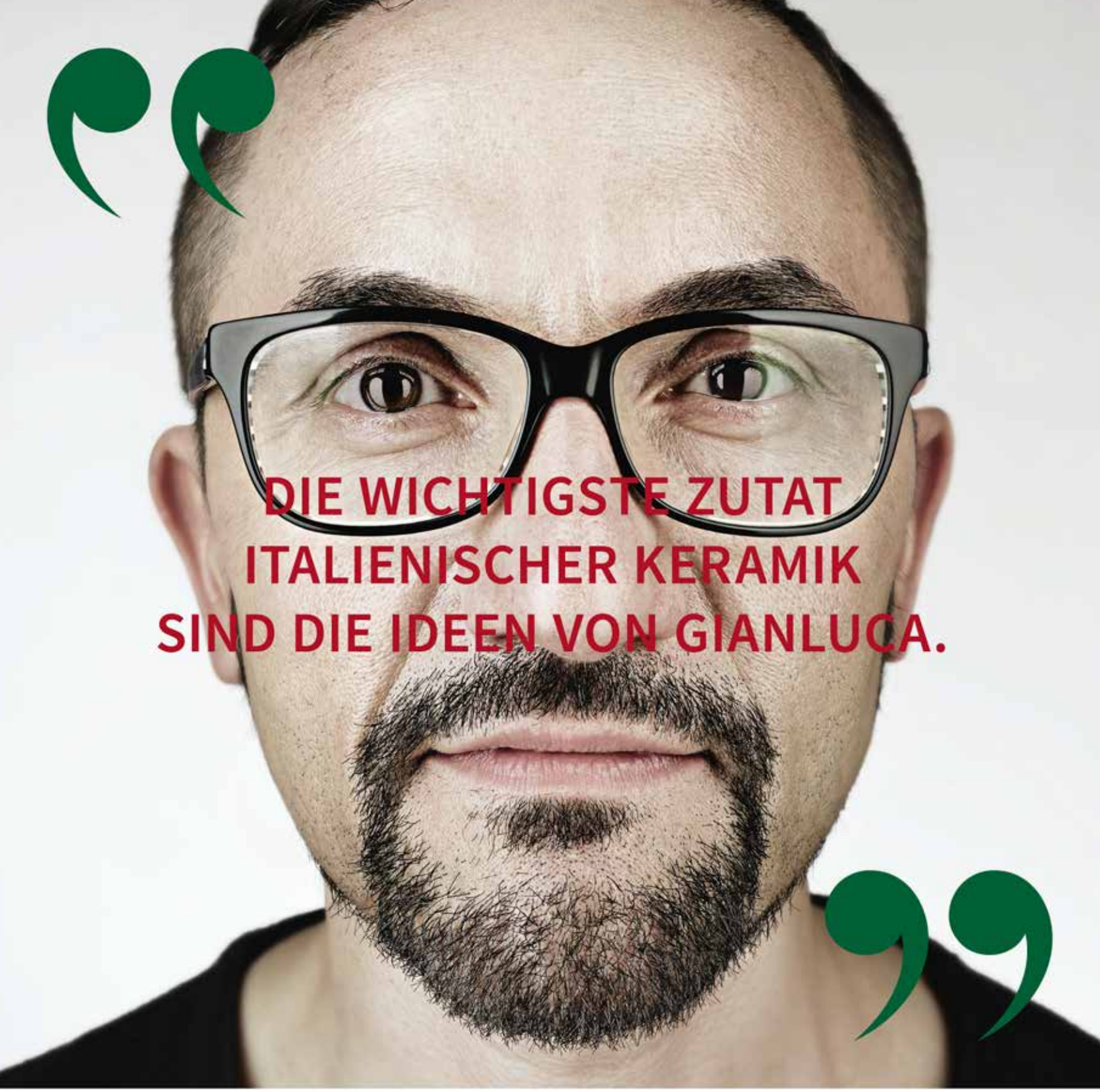
11. GENERALKATALOG
SIMAS
Format: 23x29 cm
Seiten: 384
Fotos: 180
simas.it

12. THE COLLECTION 2017 EDITION
UNICOMSTARKER
Format: 25x25 cm
Seiten: 356
Fotos: 300
unicomstarker.com

13. SPIRITO ECLETTICO
14ORAITALIANA
Format: 23x28 cm
Seiten: 384
Fotos: 220
14oraitaliana.com

cer magazine

Informationsanfragen und Kataloganforderungen bitte per Email an:
redazione@confindustriaceramica.it



CERAMICS OF ITALY. ITALIANS MAKE THE DIFFERENCE.

Die wichtigste Zutat italienischer Keramik sind die Menschen. Wie Gianluca, Designer, der einen einzigartigen Baustoff Tag für Tag neu interpretiert. Nur herausragende Hersteller italienischer Keramik, Sanitärkeramik und Geschirr dürfen das Siegel Ceramics of Italy verwenden, das für Qualität, Design und italienischen Stil steht. Verlangen Sie immer Ceramics of Italy, Garant für das beste Keramikmaterial der Welt.

www.ceramica.info

Ceramics of Italy

Ceramics of Italy, getragen von Confindustria Ceramica · dem italienischen Fachverband der Keramikhersteller · ist eine Marke der Edi.Cer S.p.A, dem Veranstalter der Cersaie (Internationale Fachmesse fur Architekturkeramik und Badezimmerausstattung, Bologna 24. · 28. September 2018 · www.cersaie.it)

UNIQUESTONE

Industrie Ceramiche Piemme Spa
via del Crociale 42/44 - Fiorano Modenese (Mo), Italy
P. +39 0536 84 91 11 - F. +39 0536 84 94 02 - ceramichepiemme.it

CERAMICHE PIEMME
FLOOR AND MORE

CERAMICS OF ITALY. ITALIANS MAKE THE DIFFERENCE.

Die wichtigste Zutat italienischer Keramik sind die Menschen. Wie Roberto, Giordano, Loretta und Davide, die mit ihrer Tätigkeit jeden Tag dazu beitragen, dass italienische Keramik die Beste der Welt ist. Nur herausragende Hersteller italienischer Keramik, Sanitärkeramik und Geschirr dürfen das Gütesiegel Ceramics of Italy verwenden, das für Qualität, Design und italienischen Stil steht. Verlangen Sie immer Ceramics of Italy, Garant für das beste Keramikmaterial der Welt.

www.ceramica.info

Ceramics of Italy

Ceramics of Italy, getragen von Confindustria Ceramica · dem italienischen Fachverband der Keramikhersteller · ist eine Marke der Edi.Cer S.p.A, dem Veranstalter der Cersaie (Internationale Fachmesse fur Architekturkeramik und Badezimmerausstattung, Bologna 24. · 28. September 2018 · www.cersaie.it)

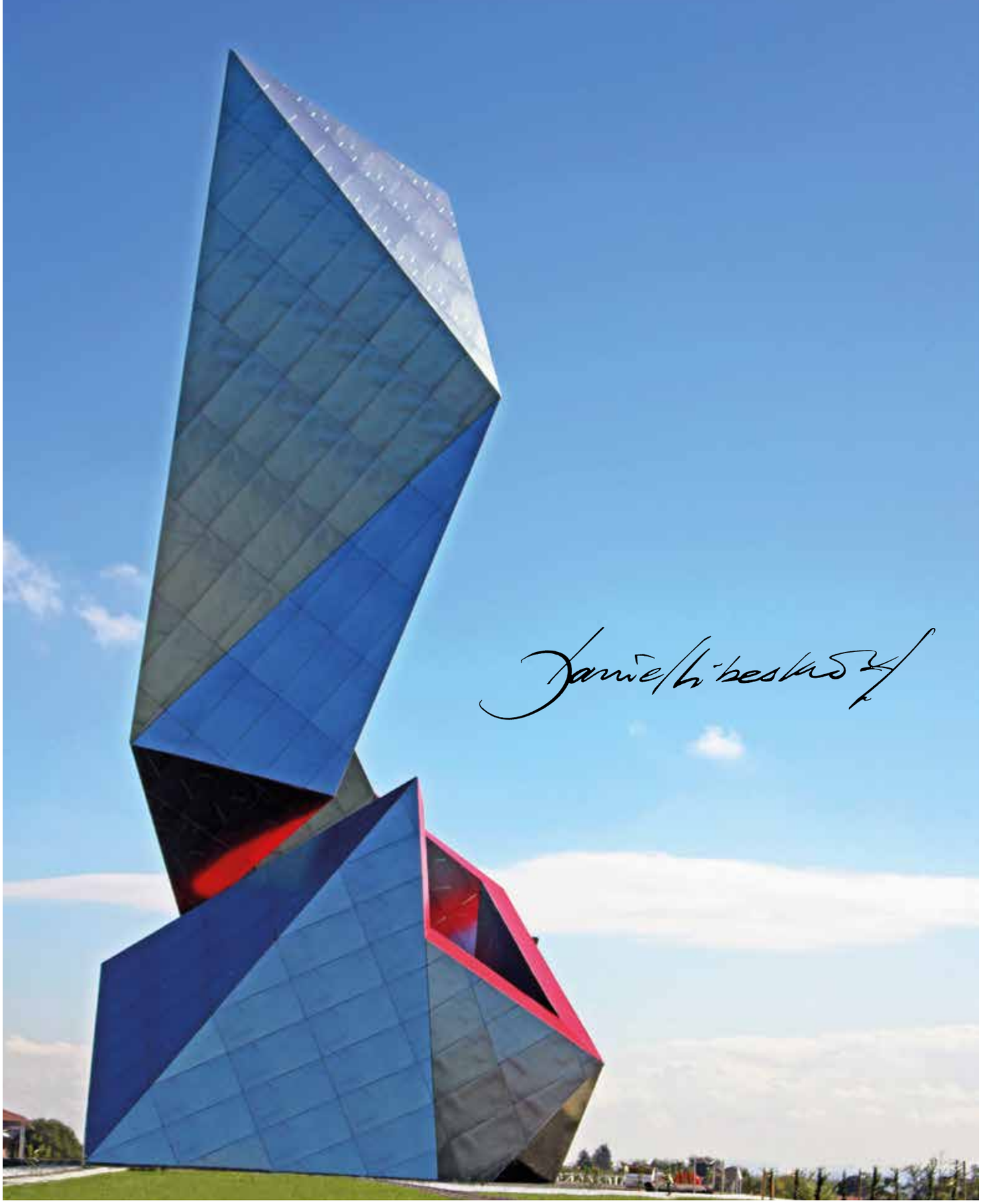


Photo: Aldo Magnani AD: **IKOS**

The Ceramic Crown in Casalgrande, Reggio Emilia, Italy, is clad with 700 porcelain stoneware tiles.

CASALGRANDE
PADANA
Pave your way

Daniel Libeskind's creative design and
Casalgrande Padana's porcelain stoneware, a
three-dimensional snapshot of architecture and ceramics.

casalgrandepadana.it

PANAREA

A collection of vintage Italian stone

ceramiche
campogalliano®

verde 1999®
ITALIAN CERAMICS

100%_MADE_IN_ITALY