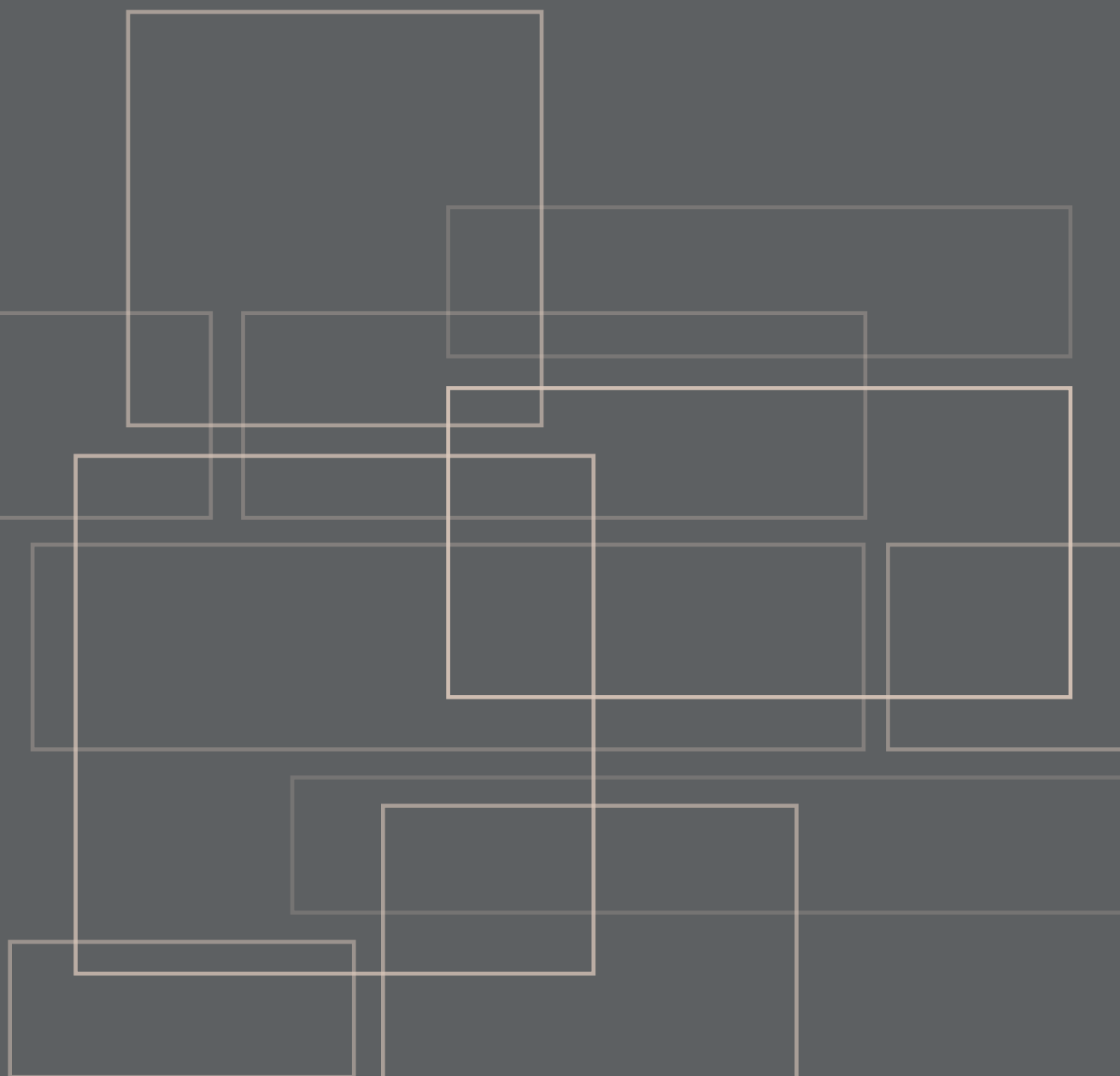


# VIELFALT 2.18



**GROHN**

FLIESEN

# **Verbindungen schaffen**

## Creating connections

Mit unserer Fliesenkollektion 2.18 zeigen wir eine Vielfalt an Designs, mit denen sich unterschiedliche, harmonische Gestaltungskonzepte realisieren lassen. Mehr über das Zusammenspiel von Produktwelten und Einsatzbereich erzählt das Bremer Designerpaar Patel gleich zu Beginn im Interview.

Unterschiedliche Formen und Farben machen die Raumgestaltung mit Fliesen sehr abwechslungsreich. Fliesen in natürlichen Farben wie braun und creme strahlen Behaglichkeit und Wärme aus. Sie schaffen eine harmonische, unaufgeregte Atmosphäre. Die Farben weiß und hellbeige stehen für Reinheit und Zeitlosigkeit. Da sie in ihrer Wirkung eher zurückhaltend sind, gibt es viele Kombinationsmöglichkeiten was zum Beispiel Dekore und Accessoires betrifft. Bei einem hellen, lichtdurchfluteten Raum kommen dunklere Fliesenfarben gut zur Geltung. Sie verleihen dem Raum eine elegante Nuance und eignen sich hervorragend zu einem Einrichtungsstil mit hellen Möbeln.

Auch das Format der Fliesen hat einen entscheidenden Einfluss auf die Gesamtstimmung des Raumes. Daher haben wir auch die Anzahl unserer Großformate in 30 x 90, 60 x 120 und 75 x 75 cm weiter ausgebaut. Der Vorteil von großen Fliesen: Sie erzeugen wenig Fugen und schaffen selbst in kleinen Räumen ein Gefühl der Einheitlichkeit, Ruhe und Klarheit.

With our tile collection 2.18 we present a variety of designs with which a whole range of harmonious design concepts can be realised. The Bremen-based designer couple Kathrin and Mark Patel will tell you more about the interplay between product worlds and fields of application in the following interview.

Different shapes and colours mean that interior design with tiles involves a great deal of variety. Tiles in natural colours such as brown and cream radiate comfort and warmth. They create a harmonious, relaxed atmosphere. The colours white and light beige represent purity and timelessness. As they have a somewhat understated effect, there are many possible combinations regarding, for example, decors and accessories. With a bright, light-filled room, darker tile colours are displayed to their best advantage. They give the room an elegant touch and are perfect for a furnishing style with light-coloured furniture.

The format of the tiles also has a decisive impact on the overall mood of the room. We have therefore also increased the number of our large formats 30 x 90, 60 x 120 and 75 x 75 cm. The advantage of larger tiles is that there are far fewer gaps, and that even in small rooms they conjure up a sense of uniformity, peace and clarity.



**Gutes  
Design  
hat eine  
Seele.**

# Fliesen steuern Emotionen

Patel Design, das sind die Textildesignerin Kathrin und der Grafik Designer Mark Patel. Unter dem Begriff "kommunikative Inszenierung" widmet sich das Duo in ihrer Arbeit dem experimentellen Design, im Speziellen von Bodenbelägen. Bei der Entwicklung von neuen Kollektionen geht es ihnen darum Lösungen zu schaffen, die das Produkt neu denken, die mutig, innovativ, aber dennoch zeitlos und langlebig einsetzbar sind. Neben Muster und Material haben auch Interieur und Einsatzbereich einen wesentlichen Einfluss auf die Wirkung der Beläge. So können mit Fliesen, in Abhängigkeit von Farbe und Umgebung in der sie präsentiert werden, ganz bewusst Emotionen gesteuert werden.

## → GROHN Was macht für Sie gutes Design aus

**: Kathrin Patel** Es überzeugt auf den ersten Blick und begeistert auch noch lange danach. Das hört sich einfacher an, als es ist. Damit ein Produkt diesem Anspruch gerecht wird, müssen im Designprozess unterschiedlichste Anforderungen auf höchstem Niveau geschickt miteinander verknüpft werden: das äußerlich Sichtbare, also das Dekor, die dazu passende Materialität sowie die Funktion, also der unmittelbare Nutzen für den Anwender. Gutes Design hat darüber hinaus aber auch immer eine immaterielle Seite, die einen deutlichen Mehrwert darstellt: die Produktseele sozusagen, seine Authentizität, seine Individualität. Und für uns spielt natürlich auch die Leidenschaft eine sehr große Rolle. Wenn wir als Designer beim Entwickeln neuer Produkte „brennen“, dann teilt sich das im fertigen Produkt mit und überzeugt auch auf emotionaler Ebene. Davon sind wir überzeugt.

## → GROHN Was inspiriert Sie am meisten in der Gestaltung von keramischen Fliesen?

**: Mark Patel** Grenzen zu sprengen! Unerwartetes zu entwickeln. Und den Spagat zu schaffen zwischen Zeitlosigkeit und Zeitgeichtigkeit. Gestalterische oder produktspezifische Einschränkungen als Chance zu verstehen. Unkonventionell zu denken, das Produkt aus ganz unterschiedlichen Perspektiven zu betrachten – so kommen wir in der Regel auf ganz neue Lösungsansätze. Uns fasziniert die Idee, gänzlich neue Bodenbilder zu entwickeln. Es gibt schon so viel, aber die Möglichkeiten sind – nicht zuletzt dank des Digitaldrucks – lange nicht ausgeschöpft. Visuell ist fast alles möglich. Neben dem Abbild von Holz-, Beton- und Naturstein können wir uns ganz andere, spannende Motiv- und Farbwelten vorstellen. Auch die Auseinandersetzung mit Formatkombinationen, das Spiel mit Oberflächentexturen, Glanz- und Matteeffekten oder der dreidimensionalen Oberflächenveränderung für die haptischen Effekte reizt uns sehr.

## → GROHN Was sind die gestalterischen Herausforderungen beim Designen von Fliesen?

**: Mark Patel** Bei allen gestalterischen Möglichkeiten bleibt die größte Hürde die geringe Akzeptanz von gänzlich Neuem. Im kollektiven Bewusstsein ist insbesondere die Bodenfliese noch immer mehr Baustoff als Designobjekt. Ein Großteil des Marktsortiments bewegt sich deshalb farblich im grau - beige - braun - Bereich und ist im Dekor meist zurückhaltend. Von gefliesten Böden wird erwartet, dass sie langlebig, robust und gestalterisch neutral sind. Wir sehen die größte Herausforderung darin, diese Erwartungshaltung zu durchbrechen und Produkte zu entwickeln, die sich spürbar davon abheben, ohne dabei Konsumenten und Vertrieb zu verunsichern. Das gelingt unserer Ansicht nach aber nur dann, wenn derartig innovative Produkte gleich in einem funktionierenden Kontext präsentiert werden. Nur so kann der Käufer das Produkt ganzheitlich verstehen. Das entspricht auch unserer Arbeitsweise: Wir sehen ein Produkt nie isoliert, sondern immer gleich in unterschiedlichen Anwendungen, verschiedenen Umgebungen und Einsatzbereichen. Die Visualisierung entsprechender Produktwelten ist daher für uns anschließend von genauso wichtiger Bedeutung, wie die Entwicklung des Produktdesigns.

## → GROHN Welche Innovationen sehen Sie in der zukünftigen Gestaltung von Bodenbelägen?

**: Kathrin Patel** Die Bodencollagen. Das heißt uniforme Bodenflächen lebendiger zu gestalten. Wie wir uns das vorstellen? In dem auf großen Flächen mehr gemixt und zioniert wird. Das ist im Bereich Bodenkeramik möglich – beispielsweise durch Mischung unterschiedlicher Designs oder Formate bis hin zur Ergänzung bildhafter, expressiver Elemente. Oder in dem gegensätzliche Materialien sich zu einer abwechselnden Einheit verbinden. Vorstellbar ist die Kombination von Bodenkeramik mit vermeintlich konkurrierenden Produktsegmenten wie Holz, Teppich oder andere Materialien. Statt einer Abgrenzung können durch fließende Übergänge und geschickte Materialmixe Erlebniswelten geschaffen werden. Flächen werden so durch funktionale

Zonierungen visuell und nutzungsorientiert belebt. Auf jeden Fall sehen wir einen spielerischeren und lebendigeren Umgang mit großen Bodenflächen, in denen Eintönigkeiten durchbrochen werden.

## → GROHN Sind Fliesen Designstücke?

**: Kathrin Patel** In ihrer Kombination aus Funktionalität und Ästhetik eindeutig ja. Dennoch ist ihre Wirkung stark abhängig vom Umfeld. Damit sie optimal zur Geltung kommen ist es extrem wichtig, sie in einem funktionierenden Kontext zu präsentieren.

Und wir sollten nicht vergessen: Traditionell sprechen wir von einem Kulturgut mit enormem künstlerischen Wert. Man denke nur an den Stellenwert von Fliesen in südeuropäischen Ländern wie Italien, Spanien oder Portugal, ganz zu schweigen von der kulturellen Bedeutung orientalischer Fliesen.

## → GROHN Was für ein Gefühl transportieren Fliesen?

**: Mark Patel** Je nach Farbigkeit und Dekor können wir ganz bewusst Emotionen steuern. Bildhaftes erzeugt Assoziationen, neutrales ist emotional untergeordnet. Bilden wir zum Beispiel eine weiche Textil- oder Teppichstruktur in einem warmen Colourcode auf den Fliesen ab, dann simulieren wir eine behagliche, wohnliche Atmosphäre. Im Gegensatz zu einer kaltgrauen Betonoptik. Hier wirkt der Raum puristisch und kühl. Niemals darf man jedoch den Kontext vergessen, in dem der Boden liegt. Wie ist der Rest der Materialität und wie ist das Interieur?

## → GROHN Welche Rolle spielen Fliesen, wenn man in einem Raum eine schöne Atmosphäre schaffen möchte?

**: Kathrin Patel** Schon allein aufgrund der reinen Fläche haben Fliesen eine extrem große Wirkung. Von kühl, minimalistisch, warm oder expressiv ermöglichen Fliesen eine enorme Breite an emotionaler Wirkung. Der Boden ist die Bühne, die Basis, die das gesamte Interieur in Szene setzt. Stimmt diese Grundlage nicht, wird das Einrichtungskonzept empfindlich gestört. Aufgrund der langen durchschnittlichen Einsatzdauer ist es deshalb umso wichtiger, äußerst sensibel mit der Gestaltung von Fliesen umzugehen. Was nicht bedeutet, dass sie zurückhaltend sein muss! Aber das ist schließlich die große Herausforderung.

# Tiles influence emotions

## → GROHN How would you define good design?

**: Kathrin Patel** It has an impressive effect at the very first glance and inspires you for a long time afterwards. This sounds much easier than it is. To ensure a product has precisely this effect, the most demanding requirements in the design process have to be skilfully combined: the immediately visible, i.e. the decor, the matching materiality, and the function, in other words the immediate benefit for the user. And good design always has an intangible side to it which offers significant added value: the soul of the product, so to speak, its authenticity and its individuality. And for us, passion does of course play a very important role. When we, as designers, are really “on fire” during the development of new products, this can be clearly seen in the finished products, which are all emotionally satisfying for the observer. We really believe this.

## → GROHN What is your main source of inspiration when you design ceramic tiles?

**: Mark Patel** Breaking down barriers! Surprising people with what we create. And balancing timelessness and zeitgeist. Regarding design and product-specific restrictions as an opportunity. Thinking in an unconventional way and looking at the product from entirely different perspectives – this is how we usually come up with brand new solutions. We are fascinated by the idea of developing completely new floor designs. There are already so many, but the possibilities are far from exhausted – not least thanks to digital printing. Visually, almost anything is possible. In addition to images of wood, concrete and natural stone, we can also imagine entirely different worlds of exciting motifs and colours. And working with new combinations of formats, playing with surface textures and gloss and matt effects and changing three-dimensional surfaces to create unique haptic effects are all things that we are very excited about.

## → GROHN What are the main creative challenges when designing tiles?

**: Mark Patel** Despite all the creative possibilities, the main hurdle is still the low acceptance of anything that is completely new. In the collective consciousness, the floor tile in particular is still seen more as building material than as a design object. Much of what is offered on the market tends to be grey, beige and brown and the decor is usually rather understated. People expect tiled floors to be durable, sturdy and aesthetically neutral. We feel that the biggest challenge is breaking these expectations and developing products that really stand out without upsetting customers and sales. In our opinion, however, this will only succeed if these innovative products are presented in a functional context. Only then will the buyer be able to understand the product holistically. In fact, this is exactly how we work: We never look at a product in isolation but always see it in a whole range of applications, environments and areas of use. The visualisation of special product worlds is therefore just as important to us as the development of the product’s design.

## → GROHN What innovations do you expect to see in the future design of floor coverings?

**: Kathrin Patel** Floor collages. This involves bringing uniform floor surfaces to life. How do we imagine this? By making large areas more mixed and zoned. This is possible in the field of floor ceramics – for example, by mixing different designs and even adding expressive pictorial elements. Or by combining contrasting materials to form an alternating whole. We can imagine the combination of floor ceramics with apparently competing product segments such as wood, carpet or other materials. Instead of rigid borders, a unique experience can be created using smooth transitions and clever combinations of materials. Surfaces are thus brought to life in a visual and use-oriented way thanks to functional zoning. Whatever happens, we expect to see a more playful and lively way of dealing with large floor areas in which monotony is banished.

Patel Design is run by textile designer Kathrin and graphic designer Mark Patel. They see their work as “communicative presentation”, dedicating themselves to experimental design, especially in relation to floor coverings. When developing new collections, they strive to create solutions that are both bold and innovative, timeless and mainstream. In addition to the pattern and material, the room interior and area of application also have a significant influence on the effect produced by the coverings. Emotions can thus be actively influenced by the colour of the tiles and the environment in which they are displayed.

## → GROHN Are tiles designer pieces?

**: Kathrin Patel** Definitely yes as regards their combination of functionality and aesthetics. However, the effect they have is highly dependent on their environment. To display them to their best advantage, it is extremely important to place them in a functional context. And do not forget that traditionally, we speak about them as a piece of cultural heritage with enormous artistic value. Just think of the importance of tiles in southern European countries such as Italy, Spain or Portugal, not to mention the cultural significance of oriental tiles.

## → GROHN What feelings do tiles convey?

**: Mark Patel** Using colours and decor we can actively influence emotions. Images generate associations and a neutral design is emotionally subordinate. For example, if we create a soft textile or carpet structure with a warm colour code on the tiles, we simulate a cosy, homely atmosphere. Unlike a cold, grey concrete design. Here the room looks puristic and functional. It is, however, important not to overlook the context of the floor. What other materiality is there and what does the room interior look like?

## → GROHN What role do tiles play in creating a pleasant atmosphere in a room?

**: Kathrin Patel** If only because of the pure surface, tiles have an enormous effect. Whether it is functional, minimalist, warm or expressive, tiles can summon up an enormous range of emotions. The floor is the stage – the basis that showcases the entire room interior. The wrong basis seriously disturbs the entire furnishing concept. Due to their long average service life, it is all the more important to design tiles with a high degree of sensitivity. Which does not mean that they have to be understated! That is the main challenge after all.

# Good Design has a soul.

## **Kathrin und Mark Patel** Designer

Kathrin Patel, 1964 in Braunschweig geboren, ist Diplom Designerin. Nach ihrem Studium des Textildesign und der Bildhauerei hat sie vielfältige Designprojekte, unter anderem für Werbeagenturen, die Textilindustrie sowie den Einzelhandel, umgesetzt, bevor sie als Kreativ Direktorin zu Object Carpet nach Stuttgart ging. Seit 2006 hat sie gemeinsam mit Ihrem Mann Mark Patel eine eigene Designagentur.

Mark Patel, 1966 in Bremen geboren, ist Diplom Grafik-Designer. Nach seinem Studium an der Bremer Hochschule für Künste war er mehrere Jahre in Agenturen tätig, bevor er sich 1998 als Designer selbständig gemacht hat. Seine Arbeit reicht von der Logoentwicklung über Corporate Design bis hin zu ganztäglichen Markenauftritten für mittelständische und große Unternehmen. Mit seiner Frau Kathrin betreibt er heute die Agentur "Patel Design".

## **Kathrin und Mark Patel** Designers

Kathrin Patel, born in Braunschweig in 1964, has a degree in design. After studying textile design and sculpture, she worked on a variety of design projects for advertising agencies, the textile industry and the retail sector among other clients before moving to Stuttgart as Creative Director for Object Carpet. Since 2006 she has been running her own design agency together with her husband Mark Patel.

Mark Patel, born in Bremen in 1966, has a degree in graphic design. After studying at the Bremen University of the Arts, he spent several years working in agencies before becoming a self-employed designer in 1998. His work ranges from logo development and corporate design to holistic brand identity for medium-sized and large companies. He now runs the agency "Patel Design" together with his wife, Kathrin.