

OBJECT CARPET

Pressemitteilung

September 2020

Dreamteam: OBJECT CARPET x Ippolito Fleitz Group

Über eine außergewöhnliche Kollaboration und eine Teppichkollektion, die „neue Lust auf Textil“ macht – ein Interview mit Lars Engelke und Tilla Goldberg



Lars Engelke (OBJECT CARPET) und Tilla Goldberg (Ippolito Fleitz Group) in den Räumen des Stuttgarter Studios Ippolito Fleitz Group.

Foto: OBJECT CARPET

*Mit den Knien auf dem Teppich, mit dem Kopf in der Welt: Die neue Kollektion von Teppich-Trendsetter **OBJECT CARPET** und Ippolito Fleitz Group, dem international renommierten Studio für Innenarchitektur, Produktdesign und Branding, verbindet die „Lust auf Textil“ mit dem Denken in neuen Räumen. Lars Engelke, Geschäftsführer bei **OBJECT CARPET**, und Tilla Goldberg, Director Product Design bei Ippolito Fleitz Group, geben im Interview „on the carpet“ Einblicke in ihre originelle Ideenwelt.*

Wie entstand der besondere Kollektionsname „OBJECT CARPET x Ippolito Fleitz Group“ und wie kam es zur neuen „Lust auf Textil“?

Lars Engelke: Mit dem Multiplikationszeichen „x“ im Kollektionsnamen wollten wir das Zusammenspiel unserer Kompetenzen unterstreichen. Von uns als Hersteller und Marke sowie von der Ippolito Fleitz Group als Studio, das in der Innenarchitektur und im Produktdesign auf einem hohen internationalen Design-Level arbeitet. Das Ergebnis unserer Zusammenarbeit geht

aber weit über die Bündelung unseres Know-hows hinaus: Wir haben nicht nur Produktverständnis und Gestaltungskompetenz miteinander verbunden, sondern uns intensiv mit der Identität von Räumen auseinandergesetzt. Raumtypologien und die damit verbundene atmosphärische Perspektive haben uns hier einen neuen Blickwinkel eröffnet.

Steckt da eine bestimmte Philosophie dahinter?

Tilla Goldberg: Ja! Denn wir verstehen uns als „identity architects“ und kreieren Teppiche aus der Perspektive des Marktes beziehungsweise des Kunden. Wie entstehen heute eigenständige räumliche Identitäten? Welche Einflüsse spielen da rein? Mit diesem Blickwinkel haben wir nicht allein auf den Teppich geschaut, sondern vom Teppich aus in die Welt und wieder zurück. Das ist letztlich auch das, was sich hinter dem Begriff „neue Lust am Textil“ wirklich verbirgt: eine Sehnsucht, die von sehr konkreten, umwälzenden Marktentwicklungen getrieben wird.

Welche Marktentwicklungen zeichnen sich zukünftig aus ihrer Sicht ab?

Tilla Goldberg: Hier gibt es unheimlich spannende Entwicklungen sowohl auf strategischer als auch kultureller Ebene. Beispielsweise geht es für Unternehmen zunehmend um die Transformation zu agilem Arbeiten. Für die Gestaltung neuer Arbeitswelten bedeutet das, eine Atmosphäre zum Wohlfühlen zu erzeugen und Zonen zu schaffen, in denen Teams zu inspirierenden Treffen zusammenfinden. Ein Teppich legt dafür ganz physisch das Fundament. Er verbindet Räume miteinander, setzt Grenzen oder löst sie auf. Als plakatives Beispiel aus unseren Auseinandersetzungen und Erfahrungen: Über Bereiche, wo ein Dialog zwischen Mitarbeitern stattfinden soll, entscheidet ein gut ausgewählter Teppichboden oft besser als der Chef. Ein weiteres, zunehmend interessantes Thema betrifft den Hotelbereich. Dort wird zukünftig das Wohnen auf Zeit – statt einer reinen Übernachtungsmöglichkeit – eine wichtige Rolle spielen.

Gibt es veränderte Ansprüche, die an Bodenbeläge gestellt werden?

Lars Engelke: Im Gespräch mit den Kunden merken wir sehr deutlich, wie sich Anforderungen und die Herangehensweise bei der Bodenauswahl verändert haben. Standen vor einigen Jahren mehr direkte Farb- oder Qualitätsfragen im Fokus, ist das heute deutlich komplexer – oder, wenn man so will, konzeptioneller. Das heißt, es geht vermehrt darum, was die Unternehmenskultur ausmacht und wie der Arbeitsalltag durch die Zonierung des Teppichbodens effizienter gestaltet werden kann. Diese präzise durchdachten Allround-Konzepte sind eine spannende Herausforderung für uns. Oder anders gesagt: Hier ein zeitgemäßer Gesprächspartner für ein Umdenken von Arbeitskultur, Shopping- oder Gasterlebnissen zu sein, ist ein zentraler Antrieb für unsere Kollaboration.

Die Kollektionsnamen „WALK x TALK“, „SKILL x CHILL“ oder „MEET x BEAT“ lassen vermuten, dass die Designs auch eine besondere Atmosphäre schaffen – ist das die Idee hinter den Bezeichnungen?

Lars Engelke: Ja, so kann man es sagen. Mit jedem einzelnen Produkt der Kollektion wollten wir zum Ausdruck bringen, dass die Inspiration für ein neues Design immer umfassender ist, als eine bloße Neugestaltung. Wir teilen die Sicht und das Denken von Architekten und Planern und freuen uns auf einen Dialog über Einsatzbereiche, Atmosphäre, Kultur und die Wirkung auf Mitarbeiter, Kunden oder Besucher.

„Escapade“ lautet der ausdrucksstarke Kurzfilm, der an eine glamouröse Fashion Show erinnert und Teppiche zur Bühne im Raum verwandelt. Wie kam es zu der originellen Idee einen Kurzfilm extra für die Kollektion zu kreieren?

Tilla Goldberg: Den ursprünglichen Plan, die neue Kollektion in einer großen Rauminstallation im Rahmen der Milan Design Week in den schönen Gewölben der Ventura Centrale zu präsentieren, konnten wir aufgrund der Corona-Pandemie leider nicht umsetzen. Trotzdem wollten wir die neue Lust am Textil, die ausgeprägte Kombinierbarkeit der Teppiche in der Kollektion und die räumliche Perspektive einem breiten Publikum zugänglich machen. Als Idee einer Neuinszenierung haben wir deshalb die Rauminstallation als Filmset aufgebaut und von der renommierten Fashion-Fotografin Monica Menez künstlerisch interpretieren lassen. Das Ergebnis ist ein Kurzfilm in bester Film-Noir-Tradition und eine digitale 360°-VR-Anwendung.

Wo können Interessierte die neue Kollektion erfühlen und erleben?

Lars Engelke: Unsere zahlreichen Showrooms laden dazu ein, die Kollektion in all seinen Facetten kennenzulernen – das exklusive Design wie auch die variationsreiche Haptik der einzelnen Qualitäten. Alle Fragen können Sie hier direkt an die persönlichen Berater richten. Zudem gibt es auf unserer Website einen neuen Live-Chat.



OBJECT CARPET x Ippolito Fleitz Group

Foto: OBJECT CARPET | Monica Menez

Über **OBJECT CARPET**

Seit 1972 steht **OBJECT CARPET** für Qualität, Design und Innovation im Objektbereich. Der Sinn für Ästhetik und Farbe, in Kombination mit fortschrittlicher Fertigung, findet Ausdruck in edlen und außergewöhnlichen Dessins – in Form von Teppichböden, Teppichfliesen und abgepassten Teppichen. Mit über 1.200 Qualitäten und Farben sowie individuellen Maßanfertigungen bietet die **OBJECT CARPET** Kollektion eine einzigartige Vielfalt für modernes Interior Design aus hochwertigen Rohstoffen. Alle **OBJECT CARPET**-Qualitäten sind zudem frei von Bitumen, Latex, PVC sowie gesundheitsschädlichen Emissionen und tragen das Gütezeichen „Blauer Engel“ des deutschen Umweltbundesamtes. Sie sind TÜV-geprüft und eignen sich bestens für Allergiker. Das wissen Kunden weltweit zu schätzen, von der Berlinale bis zur Initiative „Healthy Seas“.

Zahlreiche Design- und Unternehmenspreise wie die renommierten German Design und red dot Awards sind Beleg für die ausgezeichnete Designkompetenz und Unternehmensleistung, nicht zuletzt wurde **OBJECT CARPET** laut einer Studie von Ernst & Young zu den „Top 50 deutschen Luxusunternehmen“ erkoren und von Langenscheidt zu den „Marken des Jahrhunderts“ gewählt.

Mit innovativen Produktionstechniken und nachhaltigen Herstellungsweisen beschreitet **OBJECT CARPET** neue Wege und lässt Visionen Wirklichkeit werden. Passend dazu wurde das Unternehmen ausgewählt, die Verleihung des Deutschen Nachhaltigkeitspreis mit dem „VIP-Teppich“ auszustatten. **OBJECT CARPET** Teppichböden, -fliesen und abgepasste Teppiche – unter dem Namen RUGX – werden nachweislich durch den TÜV für Allergiker empfohlen und erwirken einen reduzierten Feinstaubgehalt in der Luft (DAAB – Deutscher Allergie- und Asthmabund). Zum Erlebnis wird die Farb- und Materialwelt in einem der **OBJECT CARPET** Showrooms in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

Kontakt:

Martin Böhringer
 Martin.Boehring@object-carpet.com
 Tel.: +49 711 3402 112

Kontakt für Redaktionen:

GeSK | Ziegelstr. 29 | 10117 Berlin
 Tel.: +49 (0) 30/217 50 460
 Fax: +49 (0) 30/217 50 461
 E-Mail: pr@gesk.berlin
 www.gesk.berlin