

arccade

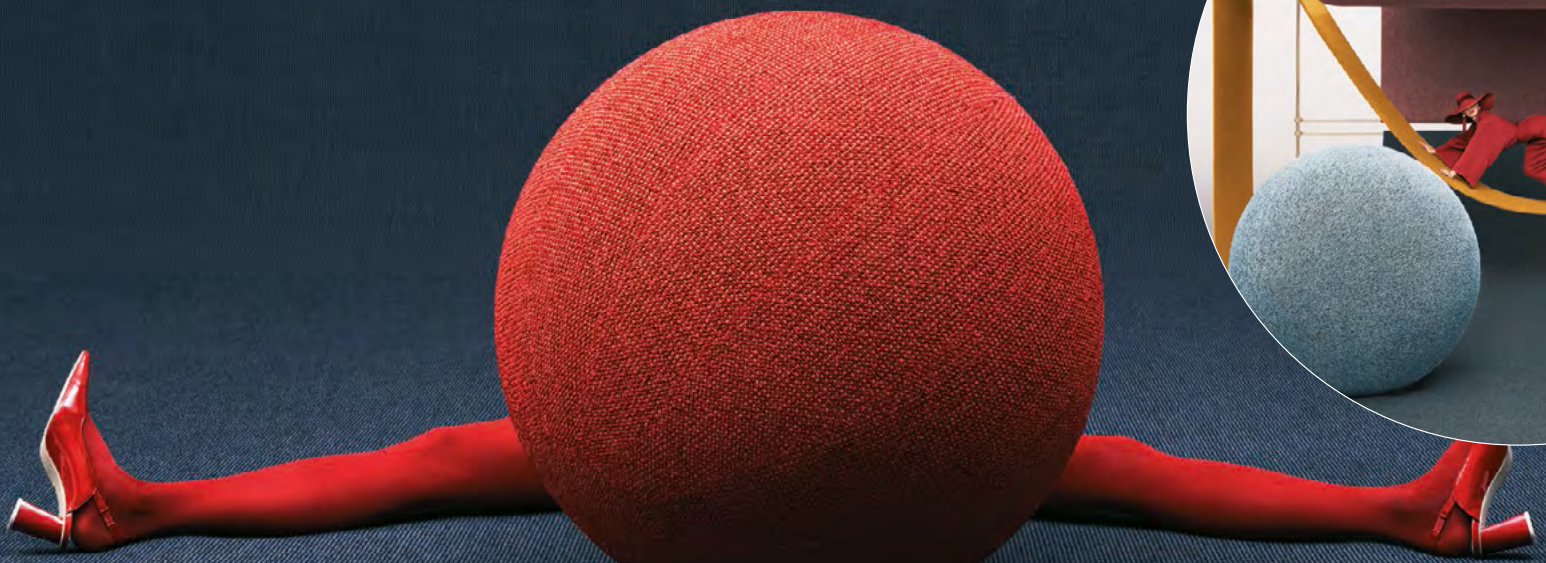
NIMBUS
MAGISCHE
LICHTWIRKUNG



Versprechen + Ansporn

Made in
Germany

Oberflächen + Materialien
Die Emanzipation
des Dekors



OBJECT CARPET X IPPOLITO FLEITZ

Lust auf Teppich!

Mit der neuen Teppich-Kollektion von Object Carpet, entwickelt in Kollaboration mit Ippolito Fleitz, wird der Teppich zum Must-have. „Lust auf Teppich“ lautet das Leitmotiv. Und tatsächlich wird die Lust schon beim Anschauen und Anfühlen wachgekitzelt.



Martin Böhlinger,
Marketing Director
Object Carpet, bei
der Kollektions-
präsentation.

Zu erleben waren die aufregenden, neuen Teppichqualitäten, die eigentlich im Rahmen der diesjährigen Milan Design Week präsentiert werden sollten, in einer außergewöhnlichen Rauminstallation in Bad Liebenzell. In einer riesigen Blackbox lud eine surreal anmutende Bühnen-Inszenierung zum Entdecken der entstandenen acht Qualitäten in 111 Kolorits ein.

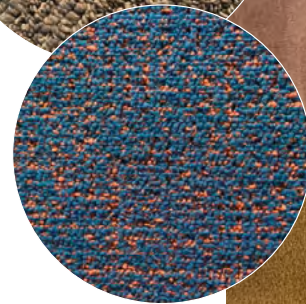
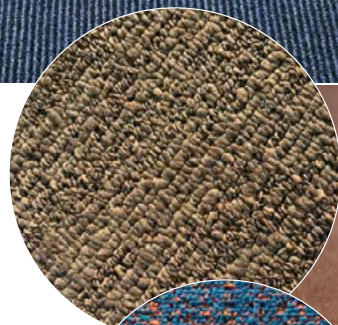
Warum sollten Teppiche eigentlich nur auf dem Boden liegen? Hier gehen sie die Wände hinauf, schaffen so weiche Übergänge zwischen Boden und Wand oder baumeln als riesige, einladende, textile Schaukeln von der Decke. Große Spiegel an der Decke fordern zum Selfie auf. Der Besucher fühlt sich ein wenig wie Alice im Wunderland – und staunt.

Mit ihren Teppich-Kreationen gelingt Ippolito Fleitz spielerisch der Spagat zwischen Bohème und Natur, zwischen Avantgarde und Alltagstauglichkeit. Mit faszinierenden Farb-

und Strukturwelten heben sie sich deutlich vom Gewohnten ab und bleiben dennoch auf dem Teppich. Zusätzliches Plus: Alle Qualitäten bestehen aus dem nachhaltigen Material „Econyl“, zu haben als Bahnenware, Akustikfliesen und abgepasste Teppiche. Das Stuttgarter Kreativbüro steht für die Kunst der atmosphärischen Verdichtung. Genau das hat Daniel Butz, Geschäftsführer Object Carpet, gereizt: „Mit der Ippolito Fleitz Group haben wir einen Partner, der interdisziplinär zwischen Innenarchitektur, Produktdesign und Branding neue Lösungen denkt und realisiert. Wir haben gemeinsam mit dem Knien auf dem Teppich und dem Kopf in der Welt eine Kollektion geschaffen, die besonders zu den Entwicklungen unserer Kunden passt.“

Eine Kollektion, die ein Hotel-Zimmer zur Bühne, ein Restaurant zum Hotspot macht und einem Office Identität verleiht. Drei Jahre haben die Kreativen und Object Carpet zusammen tüftelt und experimentiert. „Oft am Rande des Wahnsinns“, wie Marketing Director Martin Böhlinger schmunzelnd verrät. Das Ergebnis kann sich nicht nur sehen lassen, sondern zeigt einmal mehr, dass, wer sich traut Grenzen zu überschreiten mit etwas Unerwartetem, Aufregendem belohnt wird.

Heike Gessulat



So ungewöhnlich wie die Key Visuals (ganz oben), ist auch die Kollektion, die Ippolito Fleitz mit Object Carpet entwickelt hat. Motto: „Lust auf Teppich“. Von farbintensiv bis natürlich lassen sich die Qualitäten bestens kombinieren. Unten r.: Beeindruckend: der neue „Object Campus“ in Denckendorf, der das Restaurant „La Visione“ beherbergt (Designkonzept: Ippolito Fleitz), in dem die neuen Teppich-Qualitäten bereits im Einsatz sind (u.). Ganz links u.: In den Teppich-Schaukeln haben Platz genommen: Kommunikationsexpertin Petra Kottmann und Robert Leitner, POS- und Messekonzeption.

