

K. Abt

Comeback von Golddekoren? – Trends und neue Materialien in der Fliesendekoration



Klaus Abt (48) ist Sales Manager Western Europe / Americas bei der W. C. Heraeus GmbH, Geschäftsbereich Keramische Farben (Deutschland). Nach dem Studium der Betriebswirtschaft mit den Schwerpunkten Marketing / International Sales war er als Marketing-Manager des Geschäftsbereichs Pigmente für die Hoechst AG tätig. Danach wechselte er zur W. C. Heraeus GmbH, wo er zunächst als Marketing-Manager des Geschäftsbereichs Keramische Farben für dessen weltweites Marketing verantwortlich war, bevor ihm zusätzlich die Sales-Verantwortung für die Regionen Nordamerika, Japan und Korea übertragen wurde.

KURZFASSUNG In den letzten Jahren haben die goldenen Dekorationen bei den Designern keinen Gefallen gefunden, ebenso wenig in der Fliesenindustrie, allgemein erscheint es, als seien Golddekore aus der Mode gekommen. Dieser Trend spiegelte sich auch in der Tafelgeschirr- und Glasdekoration wider. Im Jahre 2005 wurden die ersten neuen Golddekore auf Fliesen bei der Messe Cersaie gezeigt und nahmen im Jahr 2007 zu. Der Autor erörtert die Tendenz des Comebacks von Golddekoren auf Fliesen.

ABSTRACT A Comeback of Gold Decoration? Trends and New Materials for Tile Decoration

In recent years gold decorations have not found favour of designers within the tile industry, and gold decoration in general has been somewhat out of fashion. This trend was also found in tableware and glass decoration. But in 2005, the first new gold decorations on tiles were displayed at Cersaie, increasing in 2007. The author discusses the trend of a comeback of gold decoration on tiles.

STICHWÖRTER Gold, Edelmetall, Fliesen Dekoration, Trend

Keram. Z. 60 (2008) [1]

1 Situation in den letzten Jahren

Gold ist ein edles Metall, das Menschen seit Jahrtausenden fasziniert. Mit Gold verbinden Menschen Werthaltigkeit und Beständigkeit. Gold zählte zu den ersten Metallen, die von Menschen verarbeitet wurden.

Gold lässt sich mit anderen Metallen zu Legierungen verarbeiten und ermöglicht so erst die Herstellung beständiger metallorganischer Verbindungen zur Dekoration von Keramik und Glas. Goldlegierungen ermöglichen unterschiedlichste Goldfarbtöne von Zitron bis Gelbbrot sowie hochglänzende bis seidenmatte Oberflächen je nach Präparatetyp. Dennoch verloren Golddekore in der Fliesendekoration in den zurückliegenden Jahren etwas an Bedeutung. Golddekore lagen nicht mehr im Trend. Falls Edelmetall verarbeitet wurde, so dominierten Platinoberflächen. Dieser Trend war auch bei Geschirr- und Glasdekoren zu beobachten.

Seit etwa 1,5 Jahren steigt der Preis von Gold. Gold erfährt im Allgemeinen einen Imagegewinn und mit dieser Entwicklung einhergehend deutete sich schon vor etwa zwei Jahren ein „Comeback“ von Golddekoren in der Fliesendekoration an. Auf der Cersaie 2007 in Bologna zeigten Aussteller so viele neue Golddesigns, wie schon seit Jahren nicht mehr. Der Beginn eines neuen Trends?

Eigentlich war Gold aus der Fliesendekoration nie verschwunden. Zum einen beinhalten alle Glanzplatin- und Glanzpalladiumpräparate, die seit der Jahrtausendwende in stetig größerer Menge in der Fliesenindustrie verarbeitet wurden, mehr Gold als Platin oder Palladium. Auch bei einem Glanzplatin- oder Glanzpalladiumpräparat handelt es sich um eine Goldlegierung, der Anteile von Platin und Palladium zugegeben werden, um den Platinfarbtönen zu erreichen. Weitere Metalle kommen hinzu, sei es zur FarbtonEinstellung oder als Haftvermittler.

Zudem gab es nie einen weltweit einheitlichen Dekorationstrend. Im mittleren Osten und Nordafrika hatten Golddekore nie an Attraktivität eingebüßt. Ähnliches lässt sich von Asien sagen. In der von europäischen Designern geprägten Welt, verloren Golddekore an Bedeutung. Sie lagen die letzten zehn Jahre nicht mehr im Zeitrend.

Vor etwa zwei Jahren deuteten sich erste zarte Ansätze einer „Renaissance von Golddekoren“ in der Fliesendekoration an. Auf der Cersaie 2007 wurde eine Vielzahl neuer Dekore mit unterschiedlichen Goldeffekten

vorgelegt. Dabei kehrten Golddekore nicht einfach nur in der früher gewohnten Form zurück – in Form von Linien und Dekorelementen auf „Listellos“, kleineren Bordürenfliesen, sondern in gänzlich neuer Form.

- Es werden Blickpunkte geschaffen in Form von dekorierten Wandflächen mit großflächig dekorierten Fliesen. Diese „Dekorationsinseln“ fügen sich harmonisch in die Gesamtgestaltung des gefliesten Raums ein (Bild 1).
- Die Dekorelemente sind abgestimmt mit den Badobjekten und wirken als geschlossenes Ganzes prägend für den ganzen Raum.
- Der Mut auch zu großflächigen Dekoren ist zurückgekehrt. Flächen sind beispielsweise Texturoberflächen nachempfunden. Florale Motive tauchen wieder auf.
- Vetrosa wird eher dezent zur Gestaltung spannender Oberflächenstrukturen eingesetzt, die dann mit Lüstern und Edelmetallpräparaten gestaltet werden. Kräftige Vetrosa-Reliefaufgaben, viele Jahre bei Listellos eingesetzt, verlieren dagegen an Bedeutung.
- Neben Gold werden weiterhin auch Platinpräparate eingesetzt. Lüster, metallisch irisierende Edelmetallfilme, finden ihren



Bild 1 • Edelmetalldekor „Tresor“ von Piemme (Italien), CERSAIE 2007

Weg zurück in die Dekoration von Fliesen.

Es scheint, der zu gestaltende Raum wird mehr und mehr als „Gesamtkunstwerk“ gesehen. Alle Elemente sind aufeinander abgestimmt und steigern ihre Wirkung.

Dabei kommt die ganze Bandbreite von Goldpräparaten zum Einsatz. Zurück ist das klassische, gelbe, hochglänzende Glanzgold. Aber auch Farbtonvarianten, Kupferfarbtöne, Rotgoldtöne sind gefragt, ebenso wie kräftig seidenmatte Goldauflagen in den unterschiedlichsten Farbausprägungen.

2 Sind die Goldpräparate noch die gleichen, die vor Jahren zum Einsatz kamen?

Bei aller wieder gestiegenen Wertschätzung für das Dekorelement Gold, müssen hochwertige dekorierte Fliesen trotzdem für den Verbraucher erschwinglich sein. Das ist ein nicht ganz einfach zu erreichendes Ziel, angesichts des massiven Preisanstiegs der wichtigsten Edelmetalle (Bilder 2–4). Diese Entwicklung zwingt Hersteller von Edelmetallpräparaten wie Heraeus zu einer stetigen Weiterentwicklung ihrer Präparate. Die technische Aufgabe, die es zu lösen gilt, ist komplex, was man dem fertigen Dekor gar nicht ansieht.

Natürlich soll ein Glanzgolddekor hochglänzend im gewünschten Farbton ausbrennen. Es soll diesen Glanz auch unter der Einwirkung von Reinigungsmitteln und unter mechanischer Beanspruchung dauerhaft behalten. Trotzdem sollen edelmetalldekorierte Fliesen erschwinglich bleiben. Feinere Edelmetallaufgaben von hoher Beständigkeit sind das Ziel.

Heraeus hat seine Gold- und Platinpräparate für die Fliesenindustrie stetig weiterentwickelt und den Bedürfnissen der Industrie angepasst. Die Goldlegierungen wurden verändert, sodass mit weniger Edelmetall pro Flächeneinheit hochbeständige Dekore hergestellt werden können. Um zu optimalen Ergebnissen zu kommen, gilt es, nicht nur die Edelmetalllegierung zu optimieren, auch die organischen Träger eines Präparates spielen eine wichtige Rolle für das Brennergebnis.

Die Arbeit der Produktentwickler wird zunehmend dadurch erschwert, dass bestimmte Harze und Öle von der chemischen Industrie nicht mehr hergestellt werden. Eine sich abzeichnende Folge von REACH.

Hersteller von Edelmetallpräparaten sind immer wieder gezwungen, nach alternativen organischen Trägermaterialien zu suchen. In

Was ist REACH?

REACH ist eine Verordnung des europäischen Parlaments und des Rates zur Registrierung, Bewertung, Zulassung und Beschränkung von Chemikalien in Europa. REACH trat am 1. Juni 2007 in Kraft. Ziel von REACH ist es, dass Chemikalien, die in den Markt gebracht werden, auf etwaige Risiken für die menschliche Gesundheit und die Umwelt geprüft und beurteilt werden. Dabei erfasst REACH nicht nur neue Chemikalien, sondern auch Altstoffe, die bereits seit vielen Jahren am Markt sind. Es sollen nur noch Chemikalien im Verkehr sein, zu denen umfassende Informationen zu den Stoffeigenschaften vorliegen.

REACH bezieht sich nur auf Stoffe, von denen mehr als 1 Jahrestonne hergestellt werden. Ab dem 1. Juni 2008 startet die Phase der Vorregistrierung von Stoffen, die je nach Produktionsmenge pro Jahr weit in die Zukunft reicht. In einem weiteren Schritt geht es dann um die Bestimmung der mit dem Produkt verbundenen Risiken. Insbesondere die damit verbundenen Kosten dürften dazu führen, dass eine ganze Reihe von Chemikalien vom Markt genommen werden.

Umfassende Informationen über REACH sind beim Umweltbundesamt zu erhalten (www.reach-info.de)

komplexen chemischen Produkten kann jeder Austausch einer Komponente die unterschiedlichsten Auswirkungen auf die Eigenschaften des Präparats haben. So bleibt die Weiterentwicklung der Präparate mit zukunftsicheren organischen Trägermaterialien eine bedeutende Aufgabe in den kommenden Jahren.

3 Wie werden die Edelmetallpräparate typischerweise auf die Fliese appliziert?

Überwiegend werden Edelmetallpräparate im Direktsiebdruck verarbeitet. Aber auch Pinselpräparate kommen zum Einsatz. Neue Technologien und Präparatetypen könnten in der Zukunft den Trend zum Gold weitertragen helfen.

In der Geschirr- und Kosmetikflakondekoration haben halbthermoplastische Edelmetallpasten Einzug gehalten. Sie erlauben die direkte Dekoration von unebenen Substratoberflächen mittels eines Tampons. Das Präparat wird mittels eines Silikontampons entweder aus einem Klischee übernommen oder von einer siebbedruckten Fläche. Das Übertragungsprinzip basiert auf den Temperaturdifferenzen zwischen Präparat, Tampon und dem zu dekorierenden Substrat.

• Interessant werden könnten auch UV-trocknende Präparate. Schon vor vielen

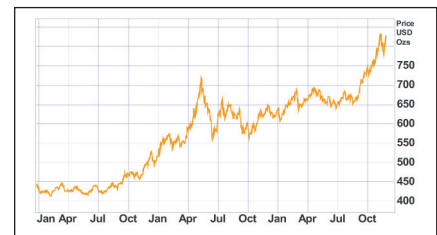


Bild 2 • Goldpreis in US-\$ pro Unze

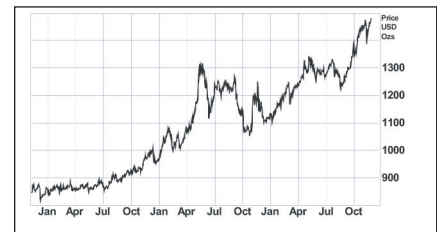


Bild 3 • Platinpreis in US-\$ pro Unze

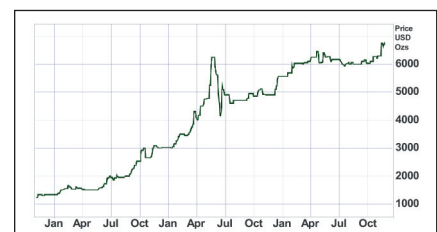


Bild 4 • Rhodiumpreis in US-\$ pro Unze

Jahren hatte Heraeus UV-trocknende Edelmetall- und Lüsterpasten zur Fliesendekoration vorgestellt – damals ohne durchschlagenden Erfolg. Inzwischen wächst das Interesse, insbesondere der Glasdekorateure, an UV-Präparaten – Edelmetallpräparate, Lüster und Dekorfarben. Es scheint nur eine Frage der Zeit, bis die UV-Technologie auch in die Fliesendekoration Einzug hält.

• Das Produktsortiment ist vorhanden und kann, den entsprechenden Kundenbedürfnissen folgend, weiterentwickelt werden.

4 Fazit

Wendelin von Boch sprach in einem Vortrag einmal davon, dass sich Dekorationsstrends in mehrjährigen Jahreszyklen darstellen. Eine Wellenbewegung! Von dieser Überlegung ausgehend, die der Autor teilt, befinden sich Golddekor auf dem Weg aus dem Tal. Gold liegt im Trend – und das nicht nur auf Fliesen. Es ist zu erwarten, dass sich diese Entwicklung auch auf die Bereiche Geschirr und Glas überträgt. Nicht die schlechteste Option, „goldenen Zeiten“ entgegenzugehen!

Eingegangen: 13.12.2007