

Wandbekleidungen und Tapeten zum Träumen

Text und Bilder (von der Messe) Robert Helmy

Heimtextil ist die grosse Messe Anfang des Jahres in Frankfurt, wo sich neben vielen anderen auch die Hersteller von Wandbekleidungen präsentieren. Vom 9. bis 12. Januar 2008 putzten sie für einmal nicht Wohnungen und Objekte, sondern sich selbst heraus.

«Kamera, Kamera in der Hand, wer macht die schönste Wand im Land?». Der fotografierende Schreiber dieser Zeilen fühlte sich beim Eintritt in die Halle 5.1, die Halle der Tapeten und Wandbekleidungen, an die Gebrüder Grimm erinnert. Was für eine Ideenvielfalt, was für eine Ästhetik, welche Originalität! Und welche Qual der Wahl angesichts der vielen Stände! Welcher Hersteller verdient es, beschrieben zu werden? Als hilfreich entpuppt sich für den Redaktor aus der Schweiz die ihm vom Tapetenforum zur Verfügung ge-

stellte Liste von Firmen, die hierzulande Geschäftsinteressen haben. Das Tapetenforum hat das Ziel, die branchenübergreifende Verständigung zwischen Designern, Herstellern, Architekten, Innenraumgestaltern, Einrichtern, Entscheidungsträgern, Anbietern und Verarbeitern zu fördern. Anders gesagt geht es der Organisation darum, bewusst zu machen, dass die Tapete längst nicht bloss eine Erinnerung an wiederkehrende Muster in unseren Kinderzimmern, sondern eine echte Alternative zur bemalten Wand ist.



Blick auf das grosse Messeareal in Frankfurt. Im Vordergrund steht der Messeturm. (Bild: Messe Frankfurt GmbH)

Fausel, Biskamp

Klein, aber geschickt postiert und deshalb unübersehbar war der Stand von Fausel, Biskamp. Wenn man die Halle 5.1 betrat, stach er linker Hand gleich ins Auge. Das Düsseldorfer Unternehmen bearbeitet Nischenmärkte mit einer Nachfrage nach hochwertigen Produkten. Hergestellt werden Fausel-Biskamps Wandbekleidungen in Europa, aber auch in den Vereinigten Staaten, in Korea und China, um nur einige



Mark Neise von Fause, Biskamp: «Der Hang zum Luxus ist sichtbar.»

zu nennen. Weil man klein sei, falle es leichter, auf spezifische Kundenwünsche einzugehen, sagt Geschäftsführer Marc Neise.

«Wie gross sind Sie denn?», fragt der Redaktor nach. «1 Meter 84», witzelt Neise, um dann gleich die Frage im Sinne des Fragestellers zu beantworten. Zehn Mitarbeiter beschäftigt der Betrieb, der auch ein eigenes Einzelhandelsgeschäft in Düsseldorf führt. Dieses hat sich nicht nur auf Wandbekleidungen, sondern ganz generell auf Innenausstattungen spezialisiert.

Auf die Frage nach den Trends bei Wandbekleidungen antwortet Neise, der heutige Mensch wolle Farbe und Opulenz. Klar sei der Hang zu Luxus sichtbar. Das schicke Musterbuch des



Für welche der vorgeschlagenen Wandbekleidungen entscheidet sich die Kundschaft wohl?

feinen Kleinen kostet zwischen 120 und 210 Euro. Der Vertrieb der Produkte erfolgt in der Schweiz über Wedeco in Frauenfeld.

Schmitz

Christian Schmitz von der Tapeten-Import-Gesellschaft Schmitz in Essen fühlt sich geschmeichelt über mein Lob des Schmitz'schen Messestandes. Es handle sich um ein neues Standsystem. Es müsse richtig dekoriert werden, die diesbezüglichen Erwartungen der Kunden seien hoch.

Das Tapetenprogramm gliedert sich in die Produktlinien Smita für den residentiellen Bereich (Wohnraum) und Tescoha für den gewerblichen Bereich. Der Begriff «Gewerbe» ist recht weit gefasst. Nicht nur Büros und Hotelhallen, auch Kreuzfahrtschiffe und Operationsäle werden mit Wandbelägen von Schmitz ausgekleidet. Für letzteren Bereich müssen sie natürlich antibakteriell beschichtet sein. →



Christian Schmitz führt in dritter Generation die Tradition der Essener Tapetenimport-Gesellschaft Schmitz weiter.



A.S. Création wendet die Sprache der Tapetenverlage bei ihrer Kollektion Amélie virtuos an: «Mitten in Paris, eine Wohnung in St. Germain. Jemand singt französische Chansons. Das Kolorit der amourösen Sprache klingt durch die Räume. Die wunderbare Welt der Amélie könnte nicht schöner aussehen.» (Bilder: A.S. Création)

Die Firma hat sich Anfang der 90er-Jahre von ihrem Standbein Dekostoffe getrennt und bietet seither nur noch Wandbekleidungen an. Hochwertige Stoffe und Vinyl auf Papierträgern stehen im Sortiment. Grosse Musterungen und kräftige Farben sieht Schmitz im Trend. Es sei populär, *eine* Wand (leider nicht alle vier, bedauert der Geschäftsmann) zu bekleiden und so Akzente zu setzen.

Esprit home Wohnthemen mit den wohlklingenden Namen Sunglow, Lightshades, Neo Baroque, Metallic Chic und Endless Summer kreiert. Wer englisch spricht, kann sich darunter sogar etwas vorstellen.



Andrea Kersten verweist stolz auf die Tapetenkollektionen von Esprit, die A.S. Création im Esprit Look für ein lifestyleorientiertes Publikum anbietet.

A.S. Création

Die Firma mit 650 Mitarbeitenden produziert an zwei Standorten nahe Köln. Living Walls, also lebende Wände, heisst die Marke für den Wohnbereich. In der Tat bringen die Wandbekleidungen von A.S. Création die Wände zum Leben. Diese Saison sei gemäss Andrea Kersten, für PR zuständig, strukturiertes Weiss oder auch Bordeaux mit metallischen Verzierungen en vogue. Out seien Rot und Terracotta der vergangenen Saison. Beige allerdings bleibe ein Thema. A.S. Création beliefert in erster Linie den Einzelhandel und bedient damit den Wohnbereich. Die Linie für gewerbliche Objekte werde jetzt entwickelt.

Stolz verweist Kersten auf die Tapetenkollektionen von Esprit, die A.S. Création im markengerechten Esprit Look für ein lifestyleorientiertes Publikum anbietet. Für das Jahr 2008 hat



Silvia Kunz vertritt Erfurt in der Schweiz. Die Ein-Frau-Niederlassung befindet sich in Rapperswil.

Erfurt

Erfurt heisst dieser Hersteller technischer Wandbeläge nicht etwa, weil der Betrieb in Erfurt steht oder dort gegründet wurde. Er heisst so, weil er in siebter Generation von der Familie Erfurt in Wuppertal geführt wird. Es handelt sich um einen mittelständischen Betrieb mit Niederlassungen in Polen, Ungarn, China, Russland und anderswo. Die Schweiz darf für sich in Anspruch nehmen, als erstes Land eine Auslandsvertretung von Erfurt beherbergt zu haben. Die Niederlassung in Rapperswil führt Silvia Kunz schon seit 32 Jahren.



Der in auffälligem Gelb gehaltene Stand von Erfurt unterscheidet sich stark von den Ständen der Produzenten, Verleger und Hersteller dessinierter Tapeten. Bei Erfurt geht es um Tapeten als Untergrund von Beschichtungen, um die Alternative zum beschichteten Weissputz. Stichwort ist die gute alte Raufasertapete. Ihre neueste Generation besticht gemäss Erfurt durch den hohen Weissegrad. Der Raufaserwandbelag besteht aus zwei mit Holzfasern versetzten Papierschichten. Die grobe Struktur der Raufasertapete werde in Deutschland noch mehr geschätzt als in der Schweiz, meint Silvia Kunz. Bei der jüngsten Generation der Raufasertapeten von Erfurt wurden der Frischpapier- und Zellstoffanteil erhöht und die Nassfestigkeit optimiert.

Die Alternative zur reinen Papiertapete sind die Produkte der Linie Variovlies®, die sich aus speziellem Zellstoff, Textilfasern und polymeren Bindemitteln zusammensetzt. Vlies-Raufasertapeten haben unter anderem den Vorteil, dass sie Haarrisse des Untergrundes überbrücken. Der Rolls Royce unter den Variovlies®-Produkten

ist ein pigmentiertes und satiniertes Glattvlies für hochwertige Beschichtungen.

Marburg

Luigi Colani hat im hohen Alter von 79 Jahren immer noch die Vitalität, sich von einem grossen Produzenten vor den Karren spannen zu lassen, wie sich Dieter Buhmann, Geschäftsführer der Marburger Tapetenfabrik, ausdrückt. Luigi Colani verfolgt in der neuesten Kollektion von Marburg einen archaischen Ansatz. Alles kommt aus dem Wasser, und so erinnern die Dessins der neuen Wandbekleidungen in Form und Farbe an das nasse Element. Lanciert wurde die Kollektion an der letztjährigen documenta in Kassel. Der



Geschäftsführer Markus Buhmann spricht mit Respekt von Luigi Colani, der sich von der Marburger Tapetenfabrik «vor den Karren spannen» liess. Seine Krawatte mit dem grossen dreidimensionalen Tropfen lehnt an Ideen Colanis an.



Impressionen von einer Messe gigantischen Ausmasses: Kundengespräche (oben), interessantes Prüfen von Musterbüchern (unten).



Release hat 20 (!) Wohnjournalisten angelockt, was in diesem Zweig der schreibenden Presse eine besonders hohe Anzahl ist. Über 10'000 Kollektionen – das sind Musterbücher – sind seither weltweit verkauft worden. Der Verkauf läuft seit zwei Monaten. Man darf sich also freuen, demnächst dem einen oder anderen Entwurf von Colani zu begegnen.

Omexco

Das Kurzwort Omexco sei aus «Overseas marketing and export company» entstanden, erklärt die Pressebeauftragte Diane Daniels charmant. Auch hinter der langen Version vermutet man nicht spontan eine Produzentin hochwertiger Wandbekleidungen aus Leuven, einer Universitätsstadt in Belgien.

Das Rohmaterial wird aus Europa oder Asien eingeführt, in Belgien wird die Ware bedruckt. Drei Produktgruppen führt der Hersteller: textile Wandbekleidungen, Vliesprodukte und Naturprodukte wie Sisal, Bambus oder Mineralien. Schön anzuschauen sind die verschieden eingefärbten, gedrillten und dann aneinandergeklebten Fasern. Es gibt sie in vielen Farbvarianten. Schwarz läuft am Markt am besten. Man könne nicht erklären, weshalb, meint Diane Daniels. Auch für anderes finde man nicht so leicht eine Erklärung. Zum Beispiel für die kulturellen Unterschiede. Deutschschweizer würden Farben und Dessins lieben, die auch in Deutschland Erfolg haben, die Romands tendierten zum Geschmack der Franzosen. →



Diane Daniels, Pressebeauftragte des belgischen Unternehmens Omexco: «Deutschschweizer lieben Farben und Dessins, die auch in Deutschland Erfolg haben. Die Romands tendieren zum Geschmack der Franzosen.»



Eine Weiterentwicklung des Retrostils der vergangenen Jahre bietet Marburg mit der Kollektion Alice. Die Dessins sind Motiven der 50er-Jahre nachempfunden. (Bild: Marburg)



Die neue Papiertapeten-Kollektion von Omexco heisst Oxygen. Sie fühlt sich gemäss Einschätzung des Verlags wie ein frischer Windstoss an. (Bild: Omexco)



Hatten wenig Zeit für den Redaktor, aber doch genügend, um in die Kamera zu lächeln: Marketingfrau Elke Pfeiffer von Rasch und Lucien van Uffelen, Export-Manager bei Eijffinger.

Der Markt in der Schweiz wächst für Omexco zwar langsam, aber stetig. Auffallend sei hierzulande die Eigenheit, dass ein Produkt langsam anlaufe und nach zwei Jahren so richtig anziehe, während in anderen Ländern zu diesem Zeitpunkt der Zenit punkto Absatz schon überschritten sei.

Rasch

Sehenswerte Stände und wertige Produkte präsentierten auch die weiteren auf der Liste des Tapetenforums genannten Unternehmen, so Eijffinger, Vescom und Arte aus Holland und die Tapetenfabrik Gebr. Rasch aus Bramsche im Bundesland Niedersachsen. Deren Marketingfrau Elke Pfeiffer war – nomen est omen – rasch mit der Pressemappe zur Hand und rasch auch wieder weg. Greifen wir uns also aus der Mappe den Prospekt heraus, dessen Slogan uns besonders gefällt: «Home.vision – alles andere ist Tape-te.» Die Idee ist im Preetext beschrieben: «Die Kunden geniessen die Einfachheit, sich neben der Tapete auch den dazugehörigen Teppich sowie die passenden Kissen als auch den Vorhang aussuchen zu können. So gibt es keine scheinbar unüberwindbaren Stilfragen, die der Endverbraucher in der Kombination berücksichtigen muss.» Der Redaktor horcht auf. Wandbekleidungen, kombiniert mit gleich bemusterten Teppichen, Kissen und Vorhängen, können sehr gut aussehen, wie die Pressebilder zeigen. Aber aufgepasst! Wer es ohne Stilbewusstsein angeht, kann auch übers Ziel hinauschiessen. ■



Funky blocks von Rasch für junge Kreative: Die farbenfrohen Quadrate und Rechtecke auf den Tapeten kehren auf Vorhängen, Teppichen und Kissenbezügen wieder. (Bild: Rasch)