

Eine Wand erzählt Geschichte

Die Jury hatte die Qual der Wahl – sie musste im Rahmen des Ideenwettbewerbs „Tapetenwechsel 2009 – Zwischen Tradition und Innovation im Innenraum“ aus einer Vorauswahl von sechs Entwürfen den Sieger ermitteln. Nach ausführlicher, öffentlicher Diskussion stand fest: Birgit Maier aus Köln lieferte die innovativste Idee und landete damit auf Platz eins. Sie verknüpft in ihrem Entwurf Vergangenheit und Gegenwart miteinander.

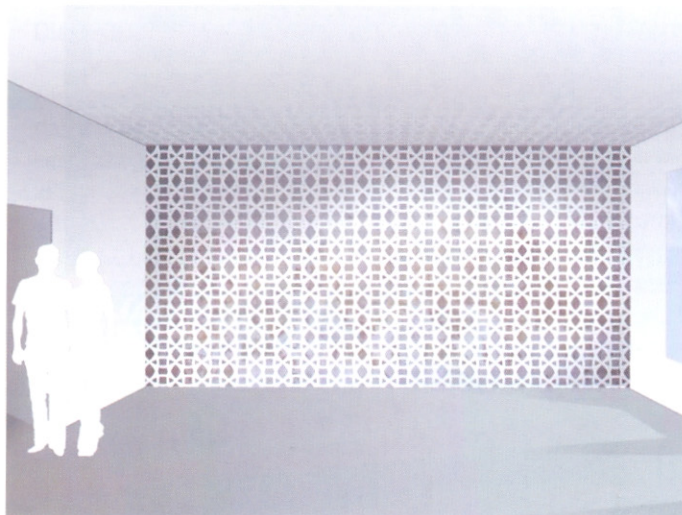
Tapetenhersteller haben zwar ein Faible für schöne Muster, was die reichen Designer-Wandverkleidungen beweisen. Aber die Entwürfe müssen auch umsetzbar sein. Auch aus diesem Grund gewann Birgit Meier von ai architektur innenarchitektur plus in Köln den Wettbewerb „Tapetenwechsel 2009 - Zwischen Tradition und Innovation im Innenraum“. Die Jury lobte bei der Preisverleihung im Hamburger Architektursalon die innovative Idee. Meiers transparente Tapete lässt freigelegte und verputzte Wände sowie Reste von farbigen Anstrichen durchblicken. Somit bleibt Altes erhalten und Neues kommt hinzu.

Architekten und Innenarchitekten nähern sich an

Im Vorfeld der öffentlichen Juryentscheidung ging Karsten Brand, Geschäftsführer des Deutschen Tapeten-Instituts, auf die Intention des Wettbewerbs ein, zu dem das Tapeteninstitut erstmals Architekten und Innenarchitekten aus Deutschland, Österreich und der Schweiz aufgerufen hatte. „Das Interesse von Architekten an Innenarchitektur wächst. Dieser Wettbewerb bringt die Player zueinan-



Freuen sich über die Auszeichnung: Raiser Lopes, Jürgen Grünig, Dominika Rompkowski, Karsten Brandt, Siegerin Birgit Meier, Peter Knobloch, Joanna Wedanski und Susanne Thurn.



Weniger ist mehr: Unter diesem Motto lässt die Siegetapete von Birgit Meier mit dezentem Muster alte Farbanstriche und schön verputzte Wände durchschimmern.

der“, sagte er mit Hinweis auf die Teilnehmer und die Jury, die sich ebenfalls aus Architekten und Innenarchitekten sowie Designern zusammensetzte.

Die Tapete sei nicht nur Dekoration, sondern auch Selbstdarstellung, meinte Brand in seiner Begrüßungsrede. Die Wandverkleidung erfreue sich zunehmender Beliebtheit. Inzwischen kämen aus den wenigen am Markt verbliebenen deutschen Tapetenfabriken pro Jahr rund 40 Mio. Rollen – was einer Fläche von 200 Mio. qm entspreche sowie einem Umsatz von 130 Mio. EUR in Deutschland. Die Entwürfe der Wettbewerbsteilnehmer könnten dazu führen, das Geschäft weiter zu beleben.

Vor allem der Idee von Birgit Maier trauten die Juroren dies zu. Sie hatten vor der endgültigen Entscheidung aus 182 eingesandten Arbeiten die ihrer Meinung nach sechs besten Entwürfe für prototypische Räume ausgewählt. Darunter waren sowohl unkonventionelle Ideen von eher weniger praktischem Nutzen als auch solche, die sich in der Produktion realisieren lassen.

Die Sieger-Tapete schreibt Geschichte, indem sie unter dem Motto „Less shows more“ mit einem neuen dezenten Muster das alte nicht ganz überdeckt, sondern sichtbar lässt. „Auf diese Weise kann ich im Sanierungsfall das Muster auf dem Hintergrund sprechen lassen“, erklärt Maier ihr Konzept. Je nach Dessin, Material und Farbwahl entsteht so ein immer neues und jeweils individuelles Bild. Als Material stellt sich die Gewinnerin beispielsweise ausgestanzte oder gelaserte Papier-tapeten vor. „Im Zeitalter der imaginären Trends ist der Ent-



1|



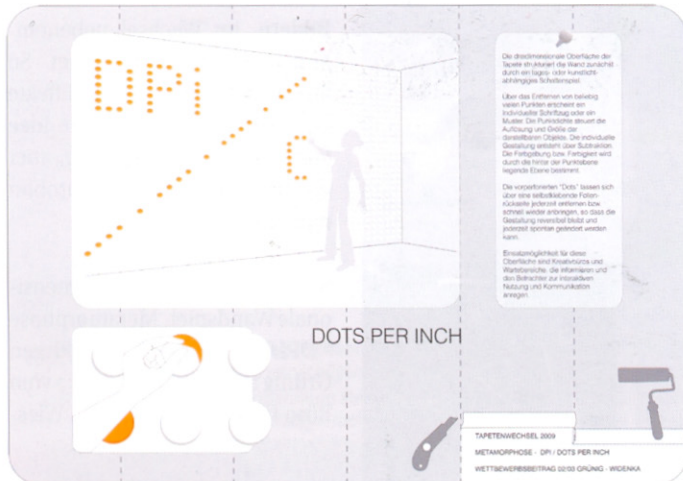
2|



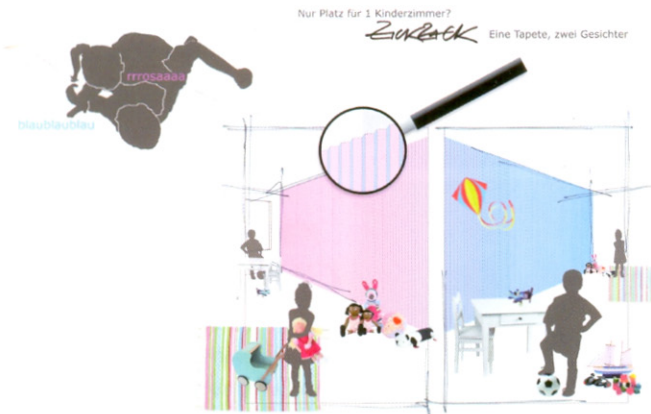
3|



4|



Durch das Abziehen von Punkten auf der Tapete von Jürgen Grüng und Joanna Widenka lassen sich verschiedene Muster gestalten.



Ein Zickzack ähnlich dem Faltbild aus dem Kindergarten bildet der Entwurf von Hannah Krautwig und Raiser Lopes.

wurf eine Wohltat. Hier werden herkömmliche, altbekannte und in Spuren gekennzeichnete Wandoberflächen neu interpretiert. Der Entwurf besticht durch seine klare und überlegene Idee, die viele Ausführungswünsche möglich macht“, begründete die Jury ihre Entscheidung.

Die weiteren Wettbewerber landeten alle auf dem zweiten Platz: Ähnlich wie bei Meiers Tapete geht es auch bei Ralf Peter Knoblochs Entwurf „Be inspired“ um den Hintergrund, der sichtbar bleibt und sich dreidimensional wie ein Netz im Raum über Boden, Wand und Decke spannt.

Die Struktur kann abgenommen werden, um sie an anderer Stelle wieder zu verwenden. Die Materialien für diese Erlebnistapete sind laut Knobloch, der bei Plan2Plus in München tätig ist, frei wählbar.

Einen Raum für eine Berühmtheit, die sich als „Glamorous Star“ von einem Wandfries inspirieren lässt, entwarf Susanne Thurn vom Atelier F in Hamburg. Sie war dafür bereits mit einem Sonderpreis für Designer ausgezeichnet worden.

Nach Ansicht von Jurymitglied und Architekt Bert Haller ent-

Dieter Buhmann, Geschäftsführer Marburger Tapetenfabrik Alles Geschmackssache

„Gute Designer sind gleichzeitig Former, Vermittler und Handwerker, die beständige Formen schaffen.“ Dieter Buhmann, Geschäftsführer der Marburger Tapetenfabrik, brachte in seinem locker gehaltenen Vortrag „Innovationen in Produkt und Design“ auf den Punkt, was er von kreativen Köpfen erwartet. Ihre Entwürfe dürften sich nicht darauf beschränken zu gefallen, was im übrigen reine Geschmackssache sei und damit auch die des Verbrauchers. Sie müssten zudem funktional sein und dem Kunden nutzen. Erst dann hätten sie am Markt eine Chance.



Dieter Buhmann, Geschäftsführer Marburger Tapetenfabrik

Buhmann machte den Zuhörern deutlich, wie es im Kampf um Marktanteile um die Branche steht und unter welchen Voraussetzungen sie eine Zukunft haben kann. „Die fünf übrig gebliebenen führenden Tapetenfabriken in Deutschland befinden sich in einem gesättigten Markt“, erläuterte er die wirtschaftliche Lage. Dieser Käufermarkt sei von Preisverfall geprägt. Erschwerend käme hinzu, dass die Produkte bei hoher Markttransparenz austauschbar seien und der Verbraucher Qualität auf Spitzenniveau voraussetze.

Werbung allein kann nach Ansicht Buhmanns nicht aus dieser Misere führen. Er stellte zwei Lösungsansätze vor: Einerseits zusätzlichen Kundennutzen. Als Beispiel nannte er den Erfolg von Mitbewerber A.S. Création mit der Lizenzmarke Espirit. „Das Unternehmen geht damit raus aus dem Einheitsbrei“, formulierte Buhmann salopp.

Eine zweite Möglichkeit bestehe darin, ein eigenes Profil mit innovativen Produkten zu gewinnen, die ein Alleinstellungsmerkmal (Unique

Selling Proposition – USP) hätten. Für diesen Weg hat sich nach Auskunft des Geschäftsführers die Marburger Tapetenfabrik mit ihrer mehr als 150-jährigen Tradition entschieden. Damit stelle sie sich gleichzeitig dem Trend zur Individualisierung.

„Aber Individualisierung und Massengeschmack unter einen Hut zu bringen, ist nicht leicht“, richtet er sich an die Adresse der oft eigenwilligen Designer, die seinen humorvoll vorgebrachten Vorwurf mit verständnisvollem Lächeln quittierten. Buhmann forderte sie auf, ihren Beitrag zur Stärkung der Innovationskraft von Unternehmen zu leisten. Diese hänge maßgeblich vom Design, dem Gespür für Marktchancen, dem Lizenzgeber und dem Marketing ab. Auf der anderen Seite spielten Experimentierfreude, Standvermögen und Know-how eine tragende Rolle.

Doch ist Innovationskraft laut Buhmann nicht der einzige Baustein auf dem Weg zum Erfolg. Weitere Schlüsselfaktoren seien Marktanteil, Investitionsintensität, Produktivität und der Kundennutzen im Vergleich zum Wettbewerb - womit sich der Kreis zu den Designern wieder schloss.



Der Hintergrund des Entwurfs von Ralf Peter Knobloch spannt sich wie ein Netz im Raum über Boden, Wand und Decke.



Die Tapete von Dominika Rompkowski fordert zum Sitzen, Liegen, Anlehnen und Bewegen auf.

spricht dieses Werk am stärksten der herkömmlichen Tapete und sei sehr dekorativ.

Die Rolle eines Relax-Objekts schrieb Dominika Rompkowski von Pook Leiska Partner in Hamburg der Tapete zu. Sie fordert zum Sitzen, Liegen, Anlehnen und Bewegen auf, denn die Tape-

te endet in Rollen auf dem Fußboden oder noch an der Wand. Gewählt wurde für die Vorstellung ihrer Idee die Pausenzone in einem Schulgebäude, in der das Material in unterschiedlichen Grüntönen zusätzlich den Lärm dämpft. Die Tapete gleicht den Erosionsschutzmatten im Landschaftsbau.

Spiegelbild der zeitgenössischen Kunst

„ZickZack“ lautet der Titel des Entwurfs von Hannah Krautwig und Raiser Lopes aus Stuttgart. Ihre Tapete, die nach dem Prinzip der Faltbilder im Kindergarten hergestellt wird, besteht aus zwei in Streifen geschnittenen

Bildern, im Wechsel nebeneinander geklebt und gefaltet. So lassen sich verschiedene Effekte herstellen, auch farblich. Die Idee fand zwar großen Anklang, aber die Umsetzung erschien problematisch.

Sehr modern ist das dreidimensionale Wandspiel „Metamorphose - DPI/Dots Per Inch“ von Jürgen Grünig und Joanna Widenka vom Büro für Interior Design in Wies-



Glamorous Gloria

Das dekorative Wandfries von Susanne Thurn soll das Glamourgirl inspirieren.

baden. Die dreidimensionale Oberfläche der Tapete strukturiert die Wand in ein tages- oder kunstlichtabhängiges Schattenspiel. Durch das Entfernen von Punkten (Dots) erscheint ein Schriftzug oder ein Muster. Die Gestaltung kann jederzeit spontan geändert werden.

Insgesamt stellten die eingereichten Entwürfe unter Beweis, was Karsten Brand vom Deutschen Tapeten-Institut bereits eingangs festgestellt hatte: „Die Tapete ist ein Spiegelbild der zeitgenössischen Kunst.“

Die sechs Entwürfe sind auch auf der Messe Heimtextil in Frankfurt vom 13. bis 16. Januar zu sehen.