

50. imm cologne eröffnet

Deutsches Tapeten-Institut entschlüsselt DNA der Tapete

Studie belegt: Tapeten-Design wie ein persönlicher Fingerabdruck an der Wand

Köln/Düsseldorf, im Januar 2014. So nah waren sich Mensch und Tapete noch nie. Auf der imm cologne verschmelzen Mensch und Tapete zum Abbild der Persönlichkeit. Am Messestand des Deutschen Tapeten-Institut (DTI), im „Tapetenhaus“, können die Besucher am Eröffnungstag erleben, wie sich individuelle Tapeten-Charaktere mit einer tapezierten Wand identifizieren. So verblüffend echt, dass es schwer fällt, die „lebenden Tapeten“ von den Wandkleidern zu unterscheiden.

Charakterprofile mit Tapetenmustern entschlüsselt

Hintergrund der ungewöhnlichen Tapeteninszenierung ist eine in dieser Form erstmals durchgeführte tiefenpsychologische Studie des DTI, welche den Zusammenhang zwischen verschiedenen Tapetendessins und Käuferpsychologie entschlüsselt. „Verschiedene Tapetenmuster erlauben uns spannende Einblicke in die Psychologie des Verwenders und verraten viel darüber, wie sich ein Mensch sieht und wie er von anderen wahrgenommen werden will“, so Karsten Brandt, DTI Geschäftsführer. „In unserem Tapetenhaus auf der imm cologne zeigen wir zwar – ein wenig überzogen – vier verschiedene Wohntypen, die die Studie zum Vorschein gebracht hat. Doch Vorsicht mit zu schnellen Einschätzungen. Die Studie hat auch offenbart, dass sich Menschen nicht mehr so leicht wie vielleicht noch vor 20, 30 Jahren in Kategorien aufteilen lassen. Unterschiedliche „Wohntypen“ sind nicht auf demografische Merkmale festgelegt. Das heißt, jeder Typ kann in allen Alters-, Bildungs- oder Einkommensgruppen gefunden werden.“

Zeig mir Deine Tapete und ich sage Dir, wer Du bist?

Wer sehen und verstehen möchte, welchem Wohn- oder Tapetentyp er am ehesten entspricht, sollte den DTI Messestand auf der imm cologne besuchen (*Halle 4.2, Living Interiors, Stand A-018*). Dort werden die Studien-Ergebnisse in einem speziell konzipierten Tapetenhaus auffällig visualisiert. Vier besonders ausgeprägte Einrichtungs-Charaktere verraten in vier komplett tapezierten Lebensräumen ihre „typologische Tapeten-DNA“. So hat sich der sogenannte „*Wilde Kreative*“ gegen alle Konventionen verwirklicht und ein Unterwasser-Badezimmer tapeziert. „*Der Pragmatiker*“ hat nach sorgfältiger Planung mit Bedacht, aber nicht einfallslos, sein Schlafzimmer gestaltet. Besondere Effekte prägen vor allem beim „*Prestigebewussten*“ die Auswahl der Tapeten für das Wohnzimmer: Hier liegen hochwertige Design-Kollektionen hoch im Kurs. Der vierte definierte Tapeten-Typus ist der sogenannte „*Unbekümmerte*“, der aus dem Bauch heraus agiert und spontan von der Situation inspiriert entscheidet, was das Esszimmer zu seinem Esszimmer macht.

Grenzen sind fließend

Natürlich sind diese vier Typisierungen nicht starr und unbeweglich. Jede Tapete hat das Potenzial, jedem der vier Typen zu gefallen. Der „*Wilde Kreative*“ kann in einer besonderen Lebenssituation zu ein- und derselben Tapete wie der „*Unbekümmerte*“ greifen. Beiden gefällt sie, aber in ihrer individuellen Lebenswelt wird sie jeweils anders eingeordnet. Entscheidend sind oft auch das Interieur und der gesamte Einrichtungsstil für eine individuelle Wohnraumkomposition.

Tapeten-Trends auf der imm cologne

Neben den unterschiedlichen Tapeten-Typen und den Studienergebnissen stehen die neuen Kollektionen der deutschen Hersteller, die erstmals in der vergangenen Woche auf der Heimtextil Frankfurt präsentiert wurden, im Mittelpunkt. Die Vielseitigkeit der Tapeten-Typen wird von der breit gefächerten Dessin-Palette der aktuellen Tapetenkollektionen sehr gut widergespiegelt. Ob grafische Muster, dezente Glanzeffekte oder florale Opulenz – am DTI Stand zeigt sich die ganze Bandbreite gestalterischer Möglichkeiten.

Über die Studie

Die aufwendige Grundlagenstudie wurde Ende 2013 im Auftrag des DTI vom renommierten PMF Marktforschungsinstitut Köln durchgeführt. In Einzel- und Gruppensitzungen mit Tapetenverwendern erarbeitete die Studie die tiefenpsychologische Bedeutung und Funktion von Tapeten. Dafür war es wichtig, über offensichtliche Aussagen wie ‘gefällt mir’ oder ‘das sieht schön aus’ hinaus, die zugrunde liegenden psychologischen Motive und Bedürfnisse der Käufer zu analysieren.

Informationen zum Messestand des DTI auf der imm cologne 2014

Halle 4.2, Living Interiors, Stand A-018

Am Eröffnungstag wird die Leiterin der Studie, Dipl.-Psych. Ivona Matas, anwesend sein.

Standbau: Schnaitt, Bergheim

Innenarchitekturbüro: raumkontor, Düsseldorf

Mehr Informationen unter www.tapeten.de.

Presstext und Pressefotos zum Download finden Sie unter: www.tapeten.de/presse/

Kontakt:

Karsten Brandt
Deutsches Tapeten-Institut GmbH
Berliner Allee 61
40212 Düsseldorf
Tel. (0211) 862 864-11
Fax (0211) 862 864-13
E-Mail: presse@tapeten.de

Klaus Küpper
Jeschenko MedienAgentur Köln GmbH
Eugen-Langen-Straße 25
50968 Köln
Tel. (0221) 30 99-562
Fax (0221) 30 99-200
E-Mail: k.kuepper@jeschenko.de