

new walls, please!

Magazin für Wandkultur









Vor	wort	5

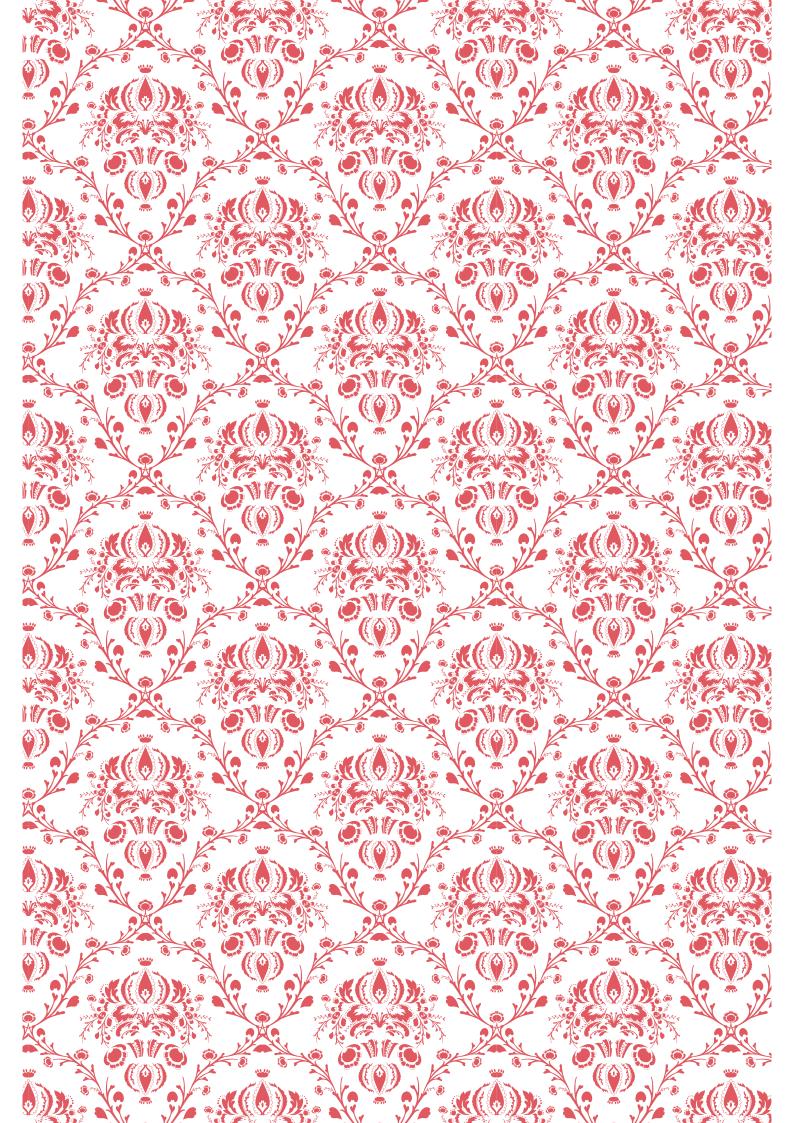
- Tapetenklassiker 6
- Interview Hadi Teherani 10
- Interview Lars Contzen 14
- Ausstellungsreihe: "Face au mur" 18
 - Interior Trends 2011 23
 - Emotional Austerity 24
 - Surprising Empathy 28
 - Re-Balancing 32
 - Transforming Perspectives 36
 - Impressum 40











Liebe Freunde des guten Designs und der Wandkultur,

es ist Zeit für ein etwas anderes Metier des Designs, es ist Zeit für Wandkultur! Wir heißen Sie willkommen im Kreis derer, die sich für neue Wände im Raum interessieren und begeistern können. Architektur, Design und Tapete sind Begriffe, die sich inzwischen ernsthaft angenähert haben, deren Verschmelzung ein großes Potenzial freisetzt.

Unter dem Titel "New Walls, Please!" haben wir gemeinsam mit dem Rat für Formgebung jahrelang Designstudenten aufgefordert, ihre Vorstellungen der Wandkultur in einem Wettbewerb messen zu lassen. In logischer Fortsetzung dieser Idee hat nun der Rat für Formgebung unter dem gleichen Namen ein "Magazin für Wandkultur" entwickelt. Lesen Sie spannende Beiträge und Interviews, von Dr. Sabine Thümmler, mit Hadi Teherani sowie Lars Contzen – und sehen Sie die neuen Tapetentrends. Gezeigt werden die vier Einrichtungstrends 2011, die der Rat für Formgebung für die imm cologne in Zusammenarbeit mit internationalen Trendexperten erarbeitet hat.

Ein wichtiges Anliegen unserer A.S. Création Tapetenstiftung ist es, das Image der Tapete zu fördern. Rechtzeitig zur Heimtextil 2011 geben wir deshalb "New Walls, Please!, Magazin für Wandkultur" heraus. Es wird kostenlos an Messebesucher vergeben, soll Architekten und Einrichtern, Fach- und Einzelhändlern neue Raumwelten eröffnen und sie bei ihrer Arbeit inspirieren.

Wir sind eine gemeinnützige Stiftung und bei der Arbeit auf ideelle und finanzielle Unterstützung angewiesen. Auch bei diesem neuen Projekt für das Produkt Tapete, das längerfristig geplant ist, appellieren wir also wieder an alle Branchenteilnehmer: Seien Sie dabei, das Ansehen der Tapete ist unser gemeinsames Anliegen!

Viel Spaß und Inspiration bei der Lektüre.

Herzlich, Ihr

Jürgen Schneider Vorsitzender der A.S. Création Tapetenstiftung



Text Dr. Sabine Thümmler

Eine Legende lebt: Die Bildtapete. In breiter Auswahl präsentieren zurzeit die Tapetenhersteller große wandfüllende Dekore. Die Branche macht Reklame für ihre "Magic Walls", ihre "XXL Wallpapers" oder "Performances" mit den Worten, dass eine neue Dimension und neue Perspektiven eingekehrt seien. Dank Digitaldruck können die raumgreifenden Motive schnell gedruckt werden. Die Themenwelten umkreisen "City", "Nature", "Flowers" oder auch "Panoramas". Sie erinnern ein wenig an die Fototapete der 1970er Jahre, mit der man sich an den Südseestrand oder aus der Stadt in den Licht durchsickernden Laubwald träumte. Doch diese Form der wandöffnenden, illusionistischen Raumgestaltung ist so alt wie die Innenraumdekoration. Bereits in der Antike, wie etwa bei den römischen Wandmalereien in Pompeij, waren die scheinbaren Ausblicke in weite Landschaften beliebt. Es ist ein alter Traum, in die Welt zu schauen, ohne das Zimmer verlassen zu müssen.

Die ersten Tapetenbilder von der Rolle sind kurz vor 1800 in den Handel gekommen. In der Tapetengeschichte zählen die ausschließlich in Frankreich hergestellten Panorama- oder Bildtapeten zu den zweifellos herausragenden Leistungen. Die fortlaufenden landschaftlichen Szenerien wurden aus einer Folge von bis zu 32 aneinanderzuklebenden Tapetenbahnen zusammengesetzt. Inhaltlich unterscheiden sie sich gar nicht so sehr von den heutigen. Die Alpen, Italien, die Südsee oder auch die reine Vegetation sind ihre Themen. Können die jetzigen Bildtapeten quasi von jetzt auf gleich gedruckt werden, so war dies in der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts weitaus komplizierter. Zwei Jahre brauchten die Ateliers in den Fabriken vom Entwurf bis zur Auslieferung der Tapete. Die auf den ersten Blick wie gemalt aussehenden Tapeten wurden mit ungeheurem Aufwand hergestellt. Für jede einzelne Figur und Farbe musste ein Holzmodel geschnitten werden. Zahllose Farbtöne wurden angemischt und eine Farbe nach der anderen in Handarbeit aufgedruckt.

Eine der schönsten und erfolgreichsten Tapeten war "Eldorado" der Firma Zuber aus dem Jahr 1848. Mit 1554 Druckmodeln wurde diese Traumlandschaft hergestellt. Ein üppiger Garten erstreckt sich vor den Augen des Betrachters mit Rosen, Päonien, Clematis, Pinien, Palmen und vielerlei Pflanzen mehr. Die Entwerfer hatten die Tapete nach botanischen Studien, die sie zum Teil direkt in dem zur Manufaktur gehörigen Gewächshaus machen konnten, zusammengestellt. Neben den herrlichen Blumendarstellungen ist die Balustrade mit dem Pfau der Eyecatcher der Tapete. Auf dem zweiten Blick sind die vier Erdteile zu erkennen. Dabei steht die Moschee für Asien, die Blumenterasse vor den mit Burgruinen bekrönten Bergen für Europa, die Stadt Vera Cruz für Amerika und schließlich die ägyptischen Tempelruinen für Afrika. Sein Eldorado an der Wand zu haben, ist von jeher ein Traum gewesen, der heute auch wieder geträumt werden kann.

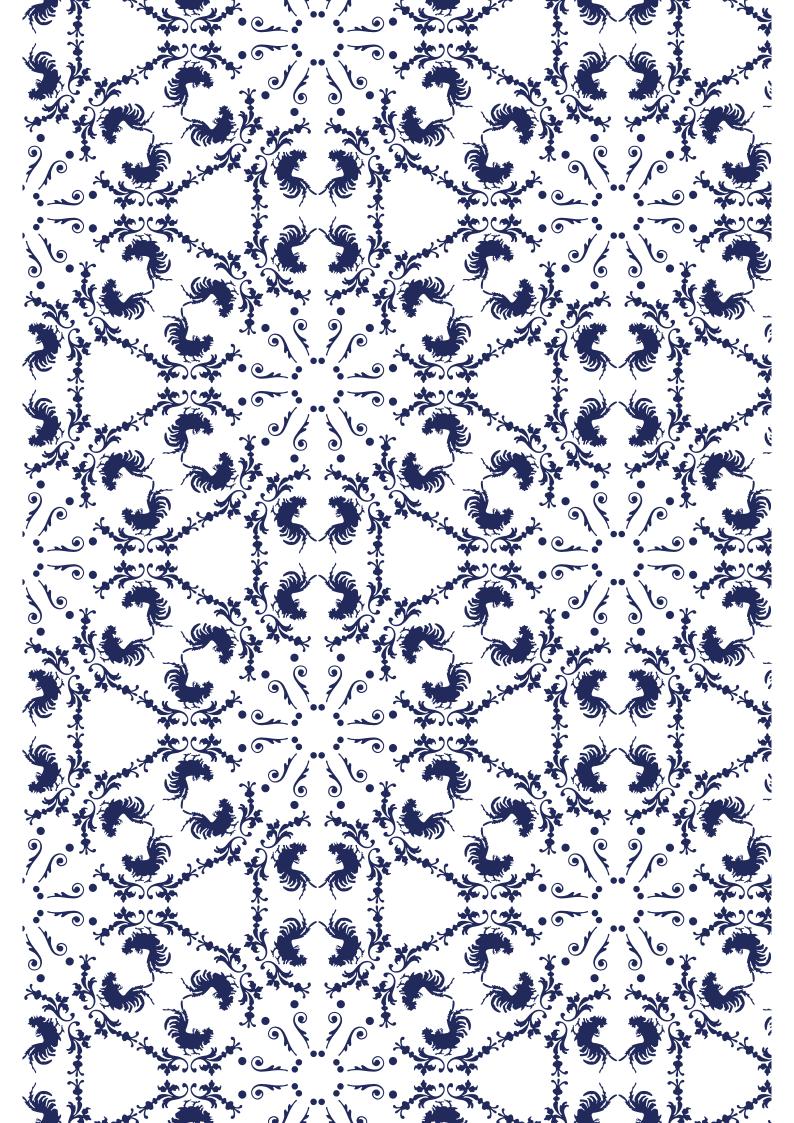
Sahine Thümmler absolvierte ein Studium der Kunstgeschichte, Klassischen Archäologie und Ethnologie in Bonn, das sie mit der Promotion über ein ornamentgeschichtliches Thema abschloss. Von 1991 bis 2010 leitete sie das Deutsche Tapetenmuseum in Kassel, war Dozentin für historische Tapeten beim Deutschen Zentrum für Handwerk und Denkmalspflege Propstei Johannesberg in Fulda und Autorin zahlreicher Publikationen zum Thema. Seit April 2010 ist Dr. Sabine Thümmler Direktorin des Kunstgewerbemuseums der Staatlichen Museen zu Berlin.

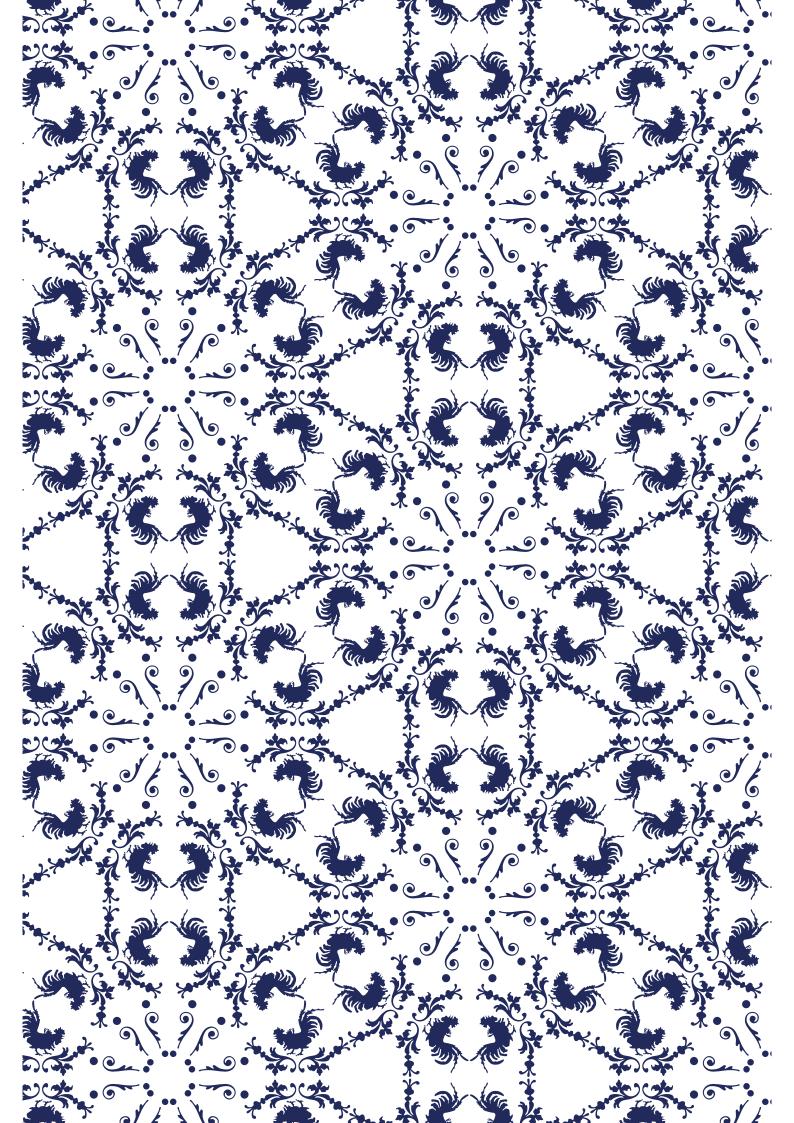






Panoramatapete "Eldorado", Manufaktur Zuber, Rixheim 1848, Museumslandschaft Hessen Kassel, Deutsches Tapetenmuseum. ©Foto Stefan Büchner, Berlin.





"Wohnen ohne Zwänge"

Interview Andrej Kupetz, Stephan Ott Fotos Roger Mandt

Hadi Teherani ist einer der erfolgreichsten Architekten Deutschlands. Mit seiner Arbeit hat er sich einem ganzheitlichen Gestaltungsanspruch verschrieben. Ausdruck dieser holistischen Sicht ist u.a., dass Hadi Teherani neben dem 1991 mit seinen Kollegen Jens Bothe und Kai Richter etablierten Büro BRT Architekten im Jahr 2003 zusätzlich das Designbüro Hadi Teherani AG gründete. Hier entwickelt er mit einem zehnköpfigen Team Interiorprodukte und Innenräume für unterschiedliche, internationale Kunden. Die Fragen an Hadi Teherani stellten Andrej Kupetz und Stephan Ott.

Links: Stripe white Mitte: Grid iron Rechts: Persian



Herr Teherani, als Architekt haben Sie nicht nur spektakuläre Industrie- oder Bürobauten, sondern auch immer innovative Wohnungsbauten entworfen (z.B. das Kranhaus in Köln). Haben Sie eine Präferenz für den Wohnungsbau?

T Urbaner Wohnungsbau in der städtebaulichen Verdichtung wird in großem Maße über unsere energetische und ökologische Zukunft entscheiden. Das Verständnis dafür, dass das Leben in einer Stadt der kurzen Wege, umgeben von Kultur, Kunst und Kommunikation, besonders vielfältigen Angeboten des Handels, viel angenehmer ist als eine viel Lebenszeit vernichtende Existenz als Pendler an der Peripherie, wächst zusehends. Gerade die junge Generation sieht den Sinn des Lebens nicht mehr im Traum vom Einfamilienhaus und den zwangsläufig dafür notwendigen Autos und Fahrtzeiten. Kopenhagen ist uns in dieser Beziehung schon weit voraus.

Mit dem Steuermodell Pendlerpauschale ist viel Energie in die falsche Richtung gelenkt worden, nämlich aus der Stadt heraus. Heute ist die Leidenschaft für das urbane Leben sehr präsent, wenn auch nicht unbedingt in der Politik. Aber es fehlen die für eine Umkehr im großen Stil not-

wendigen Wohnungen: kleine Wohnungen mit großzügigen Freibereichen, aber auch individuelle Maisonette-Wohnungen, die die Qualitäten des freistehenden Hauses in der städtebaulichen Verdichtung realisieren.

Mein Gedanke ist, für diesen Wohnungsbedarf auch Grundstücke zu gewinnen, die auf den ersten Blick gar keine sind. Mit Bürohäusern auf dem Wasser und im Wasser haben wir zum Beispiel bereits eine sehr lange Erfahrung. Für Wohnungen sind solche Lagen, in engem Kontakt zu Natur und Stadt, mit einem hohem Freizeitwert noch viel reizvoller. Fahrrad und Metro, Lieferverkehr mit Elektrofahrzeugen sind für ein solches Stadtkonzept völlig ausreichend. Damit wird die Lebensqualität innerhalb der Stadt nochmals dramatisch zunehmen. Stellen Sie sich eine Stadt ohne Autolärm vor, in der Sie auf einmal wieder die Wellen und die Vögel hören und in der Sie ihren Alltag zu Fuß und mit dem Fahrrad bewältigen.

BRT steht für innovative Technologie und Formen. Mit welcher Vorstellung gehen Sie an das Thema Wohnungsbau heran? Was unterscheidet den Wohnungsbau von Gewerbebauten?







T Visionäre Ideen haben in Deutschland oft einen schweren Stand. Denken Sie etwa an den Transrapid im Ruhrgebiet, der dort das alltägliche Chaos auf den Autobahnen nachhaltig entschärft hätte. Eine meiner Ideen zum Wohnungsbau ist eine ganz alte - der alte Traum des Wohnens am und über dem Wasser. Seit dem 12. Jahrhundert verfolgen die zahlreichen historischen Beispiele des Bautyps Living Bridge das Ziel der urbanen Kompaktheit. Brückengebäude nicht nur für Läden und Restaurants, sondern vor allem für Wohnungen. Wie auf einem Ozeandampfer, der quer auf einem Fluss festgemacht hat. Eine Brücke, die ihre Aufgabe als Verbindungselement souverän erfüllt, die aber gleichzeitig Fußgängerparadies, Grünanlage und Stadtteil auf dem Wasser ist.

Das war meine erste Idee für die Hamburger Living Bridge. Wohnen am Wasser ist der größte Wohn-Wunschtraum. Mit der Living Bridge möchte ich diesen Traum in Hamburg weltweit erstmals für weite Kreise der Bevölkerung realisieren. Wenn 1.000 Wohnungen dort entstehen, wo man ein Grundstück dafür gar nicht erwartet hätte, dann bedeutet das für die wachsende Metropole Hamburg: Die Stadt gewinnt zusätzlichen Wohnraum in bester Lage, ohne Bauland dafür in Anspruch zu nehmen.

Die Brücke als hybrides, mehrdimensionales Bauwerk wird zum neuen Modell der Verknüpfung vielfältiger Funktionen: Wohnungen, Wohnstraße, Flaniermeile, Touristenattraktion, Kultur, Gewerbe, Fernblick - zusätzlich zur reinen Verkehrsfunktion der Brücke mit dem Verkehr und den Stellplätzen unterhalb der Wohnebene. Schon der Ponte Vecchio in Florenz war notwendiges Verbindungselement zwischen den beiden Hälften von Florenz, gleichzeitig aber Markt und öffentlicher Platz. Diese Grundidee lässt sich heute viel brisanter umsetzen. Insofern ist Wohnungsbau in der Stadt viel komplexer zu denken als reine Gewerbebauten.

Arbeiten und Wohnen vermischen sich zunehmend. Welchen Einfluss hat diese Entwicklung auf das Planen von Gebäuden?

T In den beliebten Gründerzeitvierteln gehörte die Vielfalt der Nutzungen zum typischen Erscheinungsbild. Diese Verflechtung müssen wir zurückgewinnen. Urbanität entsteht nicht primär aus eindrucksvollen architektonischen Bildern, sondern aus einem dicht gewebten Netz von funktionalen Verknüpfungen in dafür geeigneten Stadträumen.

Im Jahr 2007 ist die Menschheit zu einer urbanen Spezies geworden. Seitdem lebt mehr als die Hälfte der Weltbevölkerung in Städten. Jedes Jahr nimmt die Stadtbevölkerung der Erde um 60 Millionen Menschen zu. In nur zwei Jahrzehnten werden vermutlich zwei Drittel aller Menschen Stadtbewohner sein. Rein rechnerisch könnte 2050 dagegen ganz Niedersachsen entvölkert sein - oder Brandenburg, Sachsen-Anhalt und Mecklenburg-Vorpommern zusammen. Diese "urbane Wende" ist historisch ohne Beispiel. Die Innovations- und Strategiefähigkeit der Stadtplanung oder wenigstens -organisation wird auf eine harte Probe

Eine funktional und emotional, formal und ökolgisch gestaltete Welt ist eine schönere und zufriedenere Welt. Wenn der individuelle Standort das Bleiben wert ist, reduzieren sich die Fluchten rund um den Globus, die allein der Suche nach dem Besseren und Schöneren gelten, das ökologische Gleichgewicht dabei aber immer zerbrechlicher machen. Die Verflechtung der Funktionen ist dabei eine entscheidende Aufgabe. Man kann und sollte heute Läden, Restaurants, Kindergärten und Büros wieder unmittelbar in den Wohnungsbau integrieren. Selbst kleine Werkstätten und Ateliers verursachen keine Störungen. Urbaner Stadtbetrieb bedeutet immer Verflechtung, nicht Entflechtung.

Auch die Funktionsbereiche innerhalb der Wohnung lösen sich auf, die Küche oder das Bad werden integrale Bestandteile des Wohnens - zumindest, wenn man den Sanitär- oder Küchenherstellern

Können Sie in Ihrer Arbeit die Entwicklung nachvollziehen?

T Der Trend zum differenzierten Wohnen frei von baulichen Festlegungen und spezifischen Funktionen wird sich fortsetzen. Ganz gleich, ob man schläft, arbeitet, kocht, Gäste empfängt, Sport treibt oder duscht, es geht immer um den Wunschtraum eines von allen Zwängen befreiten Wohnens. Je raffinierter diese Flexibilität durch leicht veränderbare Möbelsysteme eingelöst wird, um so weniger müssen unterschwellige funktionale Grenzen architektonisch fixiert werden.

Das entspricht ganz meiner architektonischen Zielvorstellung. Mit individuell zu bestimmenden dreidimensionalen Übergängen und Abgrenzungen schaffen Küche und Bad einen Wohnraum im Wohnraum. Hier kann man auch ein Buch lesen, Musik hören oder telefonieren. Ohne strikte Raumbegrenzungen entsteht eine neue, zusätzliche Modulationsmöglichkeit für die Innenwelt einer ganzheitlichen Architektur. Die Daseinsform des Menschen ist das Wohnen, darum geht es vor allem. In einer Küche nur kochen zu können oder in einem Bad nur baden, ist dann zu wenig.

Lassen Sie uns spekulieren. Wie werden unsere Wohnungen in fünfzig Jahren aussehen?

T Architekten wie auch Designer müssen daran arbeiten, einfachen Lösungen viel Ausstrahlung zu geben. Heute geht es stattdessen oft noch darum, sich in untergegangene Schlösser zu retten, die darum unbedingt neu aufgebaut oder nachgeahmt werden müssen, im Kleinen wie im Großen. Grundsätzlich kann Architektur nur zeitbedingt reagieren. Die einfachste Lösung, die die Menschen im Sturm erobert, ist die beste. Davon sind wir heute im Dickicht der Farb-, Form- und Materialwechsel vielleicht weiter entfernt als jemals zuvor. Beeindruckende Stadt- und Ortsbilder entstehen immer seltener.

Mein Traum ist die Vollständigkeit, die Totalität einer stimmigen Raumatmosphäre, die in keinem Detail gestört wird. Darum möchte ich Architektur und Design in einer Hand schlüssig verbinden die alte Idee des Gesamtkunstwerks aus den Zeiten des Bauhauses, aber mit zeitgemäßen Mitteln und einer eigenen Ästhetik. Entscheidend ist für mich, wie meine Arbeit von den Menschen atmosphärisch aufgenommen wird. Das emotionale Raumerlebnis in Bezug auf Formgebung, Farben, Akustik, Thermik und Haptik gründet immer auf der Gesamtheit von Architektur und Design. Jedes noch so kleine Detail kann alles verderben oder im Zusammenspiel mit allen anderen Impulsen eine stimmige Komposition ausmachen.

Sie haben immer ganzheitlich gearbeitet, lange schon beschäftigen Sie sich mit Innenarchitektur und Produkten. Welche Bedeutung hat das Arbeiten in diesen Bereichen für Sie? Wie unterscheidet es sich zur Architektur?

T Der Anspruch, den Lebensraum des Menschen insgesamt zu gestalten, nicht nur in Einzelaspekten, ließ mir gar keine Wahl. Wenn die Produkte, die man vor Augen hat, am Markt gar nicht existieren, muss man sich dieser Aufgabe zwangsläufig selbst annehmen. Die Entwicklung eigenwilliger, neuer Bauteile war für mich als Architekt schon lange übliche Praxis. Der Übergang zum Design lag damit sehr nah.

Wie in jedem Beruf, aber in diesen ganz besonders, zählen vor allem Eigensinn und Beharrlichkeit. Eine Auseinandersetzung um die Bildkomponente von Architektur und Design reicht nicht aus. Wenn man die Welt gestalten will, sollte man wissen, was man für die Menschen erreichen will und warum. Das Erschaffen von Raumsituationen ist nicht nur ein selbstverständliches Geschäft der Architektur, sondern ein essentieller Bestandteil unserer Selbstgestaltung. Wenn man als Architekt die rein funktionale oder rein visuelle Betrachtung und Bewertung von Architektur verlässt, um die menschlichen Sinne zum wesentlichen Kriterium der Raumerfindung zu machen, dann ist der architektonische Anspruch umfassender und schließt das Design zwangsläufig ein.

Meine Leidenschaft ist die Gestaltung, das Formen von alltäglichen Gegenständen: von der Türklinke bis zur Stadt. Die Anstöße dazu begegnen mir auf Schritt und Tritt. Überall sehe ich Möglichkeiten, etwas schöner, anregender und funktionaler zu gestalten. Als Designer arbeitet man autonomer und erreicht das Endprodukt schneller als der Architekt. Aber der wahre Luxus ist immer der Raum, alle anderen gestalterischen Elemente müssen diese architektonische Grundaussage verstärken und illustrieren. Wir brauchen intelligente, integrierte Systeme mit emotionaler Ausstrahlung, nicht Gebäude oder Räume mit Design-Zubehör.

Die Tapete galt lange als ein regelrechtes Anti-Architekten-Produkt. Nun haben Sie selbst Tapeten entworfen. Mit welcher Motivation?

T Kein Komponist oder Koch käme auf die Idee, einem anspruchsvollen Auftraggeber nur Stückwerk anzubieten: nur den Anzug, nur den Hauptgang. Man spürt und bemerkt den Bruch sofort, selbst in Bürohäusern, wenn dem glanzvollen räumlichen Auftritt außen wie innen die unpassende Einrichtung von anderer Seite folgt. Daraus kann keine Harmonie entstehen. Dabei geht es nicht einmal um Kosten. Es handelt sich schlicht um Fehlentscheidungen, die das schlüssige Gesamtbild verhindern und darum die teuerste Lösung darstellen. Insofern sind auch Boden, Wand und Decke in ihrem Erscheinungsbild ganz wesentliche Elemente der Architektur. Für den Boden habe ich schon fünf sehr unterschiedliche Systeme entwickelt: die Teppichsysteme Scale, FreeScale, Eco Tec und JAB Design Edition, Tec Wave, eine Schlingware aus Metall, und Transparency, einen transparenter Vinyl-Belag. Insofern war die Beschäftigung mit der Wandoberfläche lange überfällig.

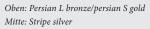
Die Oberflächen des Raumes tragen sehr viel zu seiner Atmosphäre und zu seiner Akzeptanz bei. Die Wand ist gewissermaßen eine architektonische Kategorie, die Tapete damit ein Element der Architektur. Man kann den Raumeindruck mit der Wandoberfläche beeinflussen. Die nackte Betonoberfläche, auch die weiß verputzte Wand haben ihre Qualitäten, aber natürlich nicht für jeden Zweck und für jede Raumstimmung. Das Blatt hat sich

nach 300 Jahren europäischer Tapetengeschichte gewendet. Schmuckmotive und narrative Elemente bis hin zu Struktur-Profilen sind nicht mehr verpönt. Der Aufwand, diese Oberflächen einer neuen Situation oder Vorliebe anzupassen, ist technisch viel geringer geworden. Dank neuer Materialien wie Vlies ist das Aufbringen und Entfernen der alten "Tapete" viel schneller und einfacher möglich. Der Ruf bürgerlicher Behaglichkeit und Spießigkeit ist verflogen. Das erleichtert die Entscheidung für modische Lösungen sehr.

Für mich liegt die Kunst dennoch in der Zurückhaltung, um dem Geschehen im Raum gegenüber dem auf der Wand die größere Bedeutung zuzugestehen. Schon das Bauhaus hat 1929 mit der sogenannten Siedlungstapete zurückhaltend gemusterte Lösungen favorisiert. Wenn die Tapete bereits Blumen zeigt oder Bücherwände oder sogar Menschen, dann muss man den Raum weder ausstatten noch betreten. Oscar Wilde verfluchte die aufdringlich gemusterten Wände seines Pariser Hotels bis in den Tod. Ich hoffe sehr, dass er mit meinen filigranen Andeutungen auf der Wand besser zurecht gekommen wäre: horizontale oder vertikale Linien, Sterne auf einer quadratischen Grundstruktur und überlagerte Kreise.

Eine persönliche Frage zum Schluss: Wie wohnt Hadi Teherani, wie sieht sein Haus, sein Interieur aus?

T Beim Entwerfen im Atelier wie beim Wohnen ist mir der Bezug zum Wasser sehr wichtig. Meine beiden Ateliers öffnen sich zum Wasser, natürlich auch meine Wohnung. Das ist in Hamburg nicht so schwierig wie anderswo. Die Wohnung entwickelt hausähnliche Qualitäten in einem Geschosswohnungsbau, der unmittelbare Vorläufer zu meinem urbanen Wohnprojekt home4, mit Ausblicken in die Natur, die Stadt und auf das Wasser. Die einzelnen Bereiche sind vertikal und horizontal nicht völlig separiert, sondern durchdringen sich zu einem Raumkontinuum, das man durchwandert und erlebt wie die Straßen und Gassen einer Stadt. Schon deshalb können sich Materialität und Farben nicht in jeder Zimmerecke verändern. Am Ufer bietet eine Lounge den unmittelbaren Kontakt zum Wasser. Gestalterisch liegt meine Wohnung ganz auf der Grundlinie meines Designs. Auf der einen Seite ist mein privates Wohnen eine Art langfristiges Versuchslabor, auf der anderen würde ich nie etwas außerhalb meiner eigenen Überzeugung und Vorstellungswelt entwickeln, etwa um einem Trend zu folgen. Die Klatschmohn-Tapeten müssen schon andere machen. Mir sind echte Blumen lieber.









Unten: Stripe white

"Wir haben die Tapete neu erfunden."

Interview Andrej Kupetz, Stephan Ott Fotos Lars Contzen, Joachim Stretz

Wenn es um die Gestaltung zeitgenössischer Tapeten geht, führt kein Weg an Lars Contzen vorbei. Seit Jahren gehört der Designer zu den erfolgreichsten seines Faches. Contzen entwickelte seine Vorliebe für großflächige Dekore und markante Farben bereits während seines Studiums der Malerei in Mainz. Derzeit erregt er große Aufmerksamkeit mit seinem neuen Label colourcourage®, einer produktübergreifenden Farbsystematik für Architekten. Andrej Kupetz und Stephan Ott trafen Lars Contzen in seinem Hanauer Atelier.

Sie sind von Haus aus Künstler, haben Malerei studiert. Wie kamen Sie zum Design?

C Ich hatte mich schon während meines Studiums in Mainz auf Ölmalerei konzentriert. Dabei habe ich immer sehr großformatig gearbeitet und habe mich auch mit Kunst am Bau beschäftigt. In diesem Kontext ist dann der Kontakt zu Kai Peters entstanden. Kai Peters war damals bereits Geschäftsführer einer Firma, die sich auf digitale Großbildproduktion konzentriert hatte. Da ich ja selber auch nichts anderes als "Großbilder" produzierte, sprach er mich an, um das Thema gemeinsam strategisch auszubauen. So hat die Zusammenarbeit vor ungefähr zwölf Jahren begonnen.

Aber von der Ölmalerei zum Digitaldruck ist es trotzdem noch ein weiter Weg. Welche Produkte schwebten Herrn Peters und Ihnen denn vor?

C Wir haben zunächst einmal angefangen, den Markt zu sondieren. Kai Peters hatte damals schon Kontakt zu Resopal, denn seine Firma war bereits Produktionspartner und lieferte bedruckte Spezialpapiere, die für die Herstellung der Schichtstoffplatten eingesetzt wurden. Wir haben dann Resopal eine Kollektion mit großen raumgreifenden Dekorsprachen vorgestellt. Die Auffassung der Branche im Allgemeinen war, dass man HPL, also Schichtstoff, klein schneiden können muss, z.B. in der Küchenindustrie, wo auch 45°-Stöße möglich sein müssen.

Unser Anspruch an das Material war jedoch ein anderer. Wir hatten die Vision über die Aneinanderreihung vieler Platten im Sinne großflächiger Motivabwicklungen zu einer raumgreifenden und Architektur bestimmenden Wirkung zu gelangen.

Wie konnten Sie diese Idee in den Markt transportieren?

C Wir waren von der Idee selbst so begeistert, dass wir aus Eigeninitiative auf die erste Messe gegangen sind, das war die Euroshop 2002, und hatten eine unglaublich hohe Frequenz auf unserem Messestand. Auch die Wettbewerber waren interessiert und konnten gar nicht glauben, dass Resopal jetzt mit großflächigen Designs in den Markt geht. Zum damaligen Zeitpunkt kam nach Auffassung der Branche Design meist aus Italien. Als innovativer Designer für die Schichtstoffindustrie war vor allem Ettore Sottsass bekannt, der, zumindest was das Laminat betrifft, immer ein Vorbild war.

Auch was Esprit angeht, waren Sie ja dann Nachfolger von Sottsass. Wie kam es dazu?

Bereits innerhalb des ersten Jahres haben wir große Kunden gewonnen, wie das KDW, wo wir in der Fashion-Abteilung die Kabinenanlagen gestaltet haben. Auch große Planungsbüros wie Schwitzke und Partner, Cronauer+Romani oder Blocher Blocher Partners sind auf uns aufmerksam geworden. Als Höhepunkt haben wir dann den Auftrag bekommen, große Esprit-Shops mit zu gestalten, unter anderem auch im Rockefeller Center in New York. So haben wir dem Material einen anderen, völlig neuen Stellenwert gegeben. Ich würde mich allerdings nicht als Nachfolger Sottsass bezeichnen. Es gibt lediglich die Parallele, dass Sottsass ebenfalls mit seinen Oberflächendesigns Bestandteil der Esprit Stores war.

Im Grunde ähnelt die großflächige Anwendung der der Tapete oder sehen Sie das nicht so?

C Doch, die Anwendung ist schon ähnlich, aber mit höheren Gebrauchseigenschaften als bei der Tapete. Mit Schichtstoffen sind z.B. auch horizontale Anwendungen oder Möbeloberflächen realisierbar. Das hat uns zu dem Denken veranlasst, den Raum konzeptionell zu erschließen. Denn es war darüber möglich geworden, das Möbel und die Wände des Raumes mit gleichem Dekor aus-



 $Raumkonzeption\ "Noble\ Punk",\ Farbharmonie$ aus der Tapeten-Uni-Kollektion (A.S. Création) "colourcourage" - systematic colour harmonies by Lars Contzen" (www.colourcourage.com)



Raumkonzeption "Puristic", Farbharmonie aus der Tapeten-Uni-Kollektion (A.S. Création) "colourcourage" - systematic colour harmonies by Lars Contzen"



Raumkonzeption "Oriental", Farbharmonie aus der Tapeten-Uni-Kollektion (A.S. Création) $, colour courage ^* - systematic\ colour\ harmonies$ by Lars Contzen" (www.colourcourage.com)



 $Grafischer\ Bodenbelag\ RESOFLOOR^{\circ},\ hochgl\"{a}nzend,$ Design "Prisma", Designer: Lars Contzen

zustatten. Sinnvoll war es nun natürlich, auch das Material Tapete einzubeziehen, denn oftmals sind die hohen Gebrauchseigenschaften des Schichtstoffes nicht zwingend erforderlich.

Die Tapete galt lange als verstaubt und nicht mehr zeitgemäß. Hatten Sie keine Vorbehalte?

C Als mir Herr Peters vorgeschlagen hat, das Thema Tapete anzugehen, hatte ich schon etwas Bauchschmerzen. Das hat sich dann aber ganz schnell gegeben. Eben weil die Tapete über lange Jahre vernachlässigt worden war, ergaben sich viele neue Möglichkeiten. Zum Beispiel haben wir für A.S. Création die Tapete auch dahingehend neu erfunden, nicht nur in kleinen, sich wiederholenden Rapporten zu denken, sondern großzügigere, flächigere Dekore einzusetzen. Für A.S. war dann auch von Anfang an klar, nicht nur einzelne Dekore herauszubringen, sondern eine ganze Designer-Kollektion. Daraus ist die Kollektion "Contzen 1" entstanden.

A.S. Création hatte in den siebziger Jahren mit großem Erfolg Tapetenentwürfe bekannter Designer herausgebracht. Wie erfolgreich sind denn Ihre Kollektionen?

C Sehr, nach jetzt drei Jahren haben wir insgesamt über 15 Millionen Quadratmeter Tapete der Kollektionen 1 und 2 verkauft. Das ist selbst für den Marktführer A.S. Création ein großer Erfolg. Das hat sicher auch damit zu tun, dass uns A.S. bei der Bildsprache freie Hand gelassen hat. Wir haben die Kollektion quasi architektenfreundlich präsentiert, ohne Schnickschnack, ohne die sonst üblichen Dekorationen und Ausblicke in nicht existierende Landschaften. Wir haben uns bei der Fotografie der Interieurs auf klare Linienführungen konzentriert. Bei der zweiten Kollektion haben wir noch viel mehr Aufwand betrieben. Wir haben die Bandbreite erhöht, von barocken Dekoren über persiflierende Themen bis hin zu linearen Strukturen. Der Erfolg hat uns auch hier Recht gegeben, denn die Verkaufszahlen konnten wir noch einmal erhöhen.

Aus wie viel Dekoren besteht eine Kollektion?

C Eine Kollektion besteht aus acht bis neun Dekoren in vier bis sechs Farbstellungen. Dazu kommen dann noch die unifarbenen Entwürfe. Wir zeigen in den aufwändigen Raumfotos zur Kollektion, wie man einen Raum mit einer Dekorwand akzentuieren kann und über den Einsatz von farblich passenden Unis abrunden kann, ohne dass das Auge überfordert wird. Unis und Dekortapete sind hinsichtlich der Oberflächenprägung aufeinander abgestimmt, so dass ein homogener Gesamteindruck entsteht. Das Verhältnis stellt sich so dar, dass wir bei den Kollektionen ungefähr 60% uni verkaufen und 40% Dekore. Das geht mittlerweile

so weit, dass sich der Begriff Contzen-Uni verbreitet hat. Das heißt der Kunde verlässt sich auch bei der Wahl einer Unifarbe lieber auf die Kompetenz eines Designers, als auf seinen eigenen Geschmack. Daraus hat sich dann die Idee von colourcourage* entwickelt.

Was verbirgt sich hinter colourcourage®?

C Wir haben mittlerweile ein großes Partnernetzwerk, wir haben Partner im Bereich Glas (Glas Trösch), Stoffe (Indes), Teppiche (Golze), Homing-Produkte (FEMO Brands), Möbel (Schneeweiss AG Interior) und natürlich A.S. Création und Resopal (Schichtstoffe). Unsere Überlegung war, eine Farbrange von 24 sehr markanten Farben zu entwickeln, die sofort als "Contzen-Farben" zu erkennen sind. Der nächste Schritt war dann, unsere Partner von der Idee zu überzeugen, dieses Farbsystem für ihre Produkte zu verwenden. Wir haben dann ein Jahr Synchronisationsgespräche geführt und mittlerweile sind alle Partner colourcourage®-Netzwerk-Partner geworden, das heißt, alle Materialien und Produkte passen farblich hundertprozentig zueinander. Das hat zum Beispiel für den Architekten den unschätzbaren Vorteil, dass er sich die monatelange Bemusterungsphase ersparen kann, wenn er sich dafür entscheidet, sich der colourcourage®-Farben zu bedienen. Die Mitbewerber haben uns anfänglich belächelt, weil sie gedacht haben, dass wir es niemals schaffen würden, die Unternehmen unter einen Hut zu bringen.

Arbeiten Sie mit den Materialspezialisten der jeweiligen Unternehmen und die garantieren die Farbechtheit? Das ist sicher nicht ganz leicht.

C Das ist schwierig, und es gibt produktionsbedingt natürlich minimale Farbabweichungen. Entscheidend ist, dass der Raumklang stimmig ist, aber zum Beispiel ergeben sich durch unterschiedlichen Lichteinfall von Natur aus schon Toleranzen. Der Planer hat aber definitiv nie die Chance, über die Materialien hinweg diese Farbechtheit zu erzielen, die wir mit colourcourage® erreichen, allein schon aus Zeitgründen.

Wie ist das Farbsystem aufgebaut?

C Das System basiert auf Farbharmonien, ähnlich wie bei Le Corbusier, der in den zwanziger Jahren verhaltene Farben in Harmonien präsentiert hat. Der schweizerische Tapetenhersteller Salubra hat das Farbsystem damals übernommen und war damit auch sehr erfolgreich.

Wir haben acht Farbklänge definiert, die jeweils aus fünf Farben bestehen, wobei man aber auch jeweils eine oder zwei Farben weglassen kann. Daraus ergeben sich dann 24 unterschiedliche Harmonien. Innerhalb dieser Harmonien werden dann oft zwei markante "Contzen-Farben" gegenübergestellt – ein Limettengrün trifft zum Beispiel auf ein Pflaume -, die durch

ein Schwarz oder Weiß gepusht und dann durch ein Grau neutralisiert werden können. Je nach Gewichtung kann man dann mit den Harmonien spielen. In jedem Fall ergibt sich daraus immer eine farbliche Balance für den Raum. Anzumerken ist noch, dass wir für 8 Farbharmonien einen Geschmacksmusterschutz eintragen gelassen haben. Uns war wichtig, auch ohne Dekor eine Unverwechselbarkeit und Exklusivität aufrecht halten zu können

Gibt es Bestrebungen, den Kreis der Netzwerkpartner zu erweitern?

C Es gibt die Idee, colourcourage* um das Thema Licht über einen weiteren Industriepartner zu ergänzen. Auch der Sanitärbereich ist für uns interessant. Am weitesten vorangeschritten sind Gespräche mit einem Hersteller, der im Bereich von Kautschuk-Böden für Architektur-Projekte sehr stark ist.

Wäre es darüber hinaus auch vorstellbar, colourcourage® über den Interior-Bereich hinaus auf andere Bereiche, etwa Mode, zu übertragen?

C Wir wollen es nicht allzu sehr in den populären Bereich abdriften lassen, der Bezug zum Interior sollte bleiben. Es muss vor allem gegenüber den Netzwerkpartnern, die nun mal überwiegend im Architekturbereich tätig sind, glaubwürdig bleiben.

Künstler und Designer Lars Contzen (www.larscontzen.com)



"Face au mur. Papiers peints contemporains

Drei Tapeten-Ausstellungen in der Schweiz

Text Stephan Ott Fotos Schweizerisches Nationalmuseum

In einer gemeinsamen Ausstellung zeigen das Mudac in Lausanne und das Musée de Pully derzeit zeitgenössische Tapetenentwürfe. Unter dem Titel Face au mur. Papiers peints contemporains werden über 70 Entwürfe von Künstlern und Designern vorgestellt. Die in Europa erstmals in diesem Umfang realisierte Präsentation spiegelt damit auch Stellenwert und Bedeutung der Tapete wider, die diese in den vergangenen Jahren sowohl bei Designern wie auch bei Künstlern wiedererlangt hat.

Das von Marco Constantini konziperte Ausstellungsprojekt ist in unterschiedliche Themenfelder unterteilt, beispielweise werden politische und gesellschaftskritische Ansätze vorgestellt oder der Einfluss neuer Technologien auf die Wandgestaltung dargelegt. Durch diese inhaltliche Zusammenstellung treten die mitunter disparaten Werke von Künstlern und Designern in einen interdisziplinären Dialog. Gleichzeitig wird die zunehmende auch in anderen Bereichen zu beobachtende - Unschärfe der Disziplingrenzen zwischen Kunst und Design sichtbar.

Aus dem Bereich der Kunst sind unter anderem Arbeiten von Thomas Bayrle, Claude Closky, Jenny Holzer, Damien Hirst, Olaf Nicolai oder Andy Warhol zu sehen. Bei den Designern wurden Entwürfe von 5.5 Designers, DROOG Design, M/M Paris, Showroom Dummies, Studio Job und vielen anderen ausgewählt.

Zur Ausstellung ist ein französischsprachiger Katalog erschienen, dem eine englische Version folgen soll.

Parallel zu den beiden Ausstellungen zeigt das Schweizerische Nationalmuseum in Prangins Werke seiner bisher größtenteils unveröffentlichten Tapetensammlung. In der Ausstellung sind Tapeten von Interieurs aus der Schweiz zu sehen, die die Entwicklung von den ersten Fladerpapieren des 16. Jahrhunderts über die große Vielfalt luxuriöser Handdrucke des 18. Jahrhunderts bis hin zu den industriell hergestellten Rollen des ausgehenden 19. Jahrhunderts mit ihren Motiven aus dem Historismus und dem Jugendstil erkennen lassen. Darüber hinaus werden auch zeitgenössische Kreationen gezeigt.

Die Abbildungen auf den folgenden Seiten zeigen eine Auswahl von Tapeten aus der Sammlung des Schweizerischen Nationalmuseums.

Bis 13. Februar 2011 Face au mur. Papiers peints contemporains

Musée de Pully, Pully www.musees-vd.ch

Mudac, Lausanne www.mudac.ch

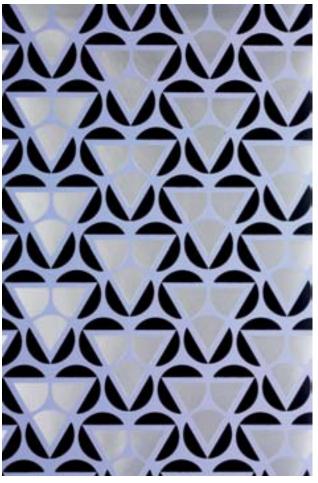
Bis 01. Mai 2011 Tapeten: Wände sprechen Bände

Schweizerisches Nationalmuseum, Prangins www.papierspeints.ch



 $Tapeten fragment\ mit\ Indienne muster\ aus\ dem\ Saal\ 1113.$ Unbekannte Manufaktur (England ?), um 1910–1920. Maschinendruck, 53.6 x 54.2 cm. $@Schweizer is ches\ National museum.$







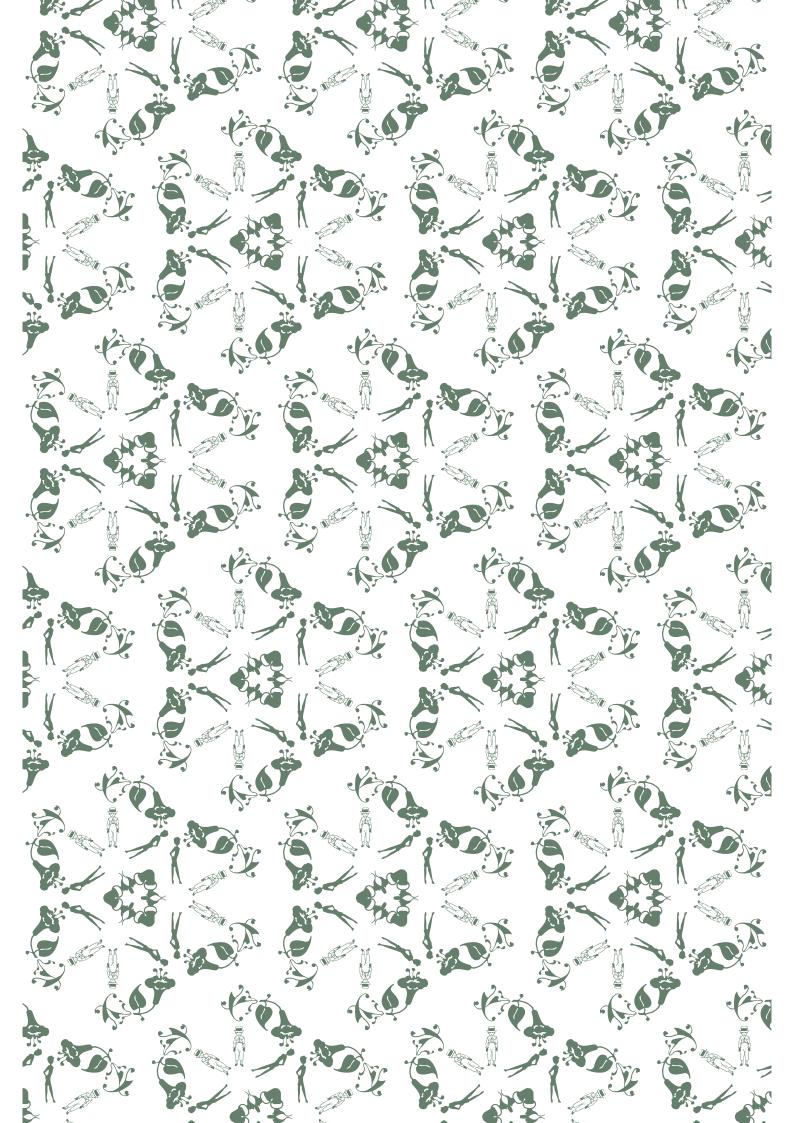
oben: Tapete (Supraporte) mit Papagei und Vögeln. Manufaktur Hartmann Risler & Cie., Rixheim, Nr. 509. Entwurf von Joseph-Laurent Malaine, 1800–1801. Handdruck und geklebte Elemente, 73.3×126.6 cm. ©Schweizerisches Nationalmuseum.



Arabeskentapete (Detail) aus dem Saal 1116. Manufaktur Réveillon, Paris, Album Billot Nr. 529, 1786 (um 1790 angebracht). Handdruck, etwa 39 x 50 cm. ©Schweizerisches Nationalmuseum.

Petite Helvétie. Panoramatapete (Detail) aus dem Haus "Zum Sternen" in Zürich. Manufaktur Jean Zuber & Cie., Rixheim. Entwurf von Antoine-Pierre Mongin, 1818 (erste Ausgabe). Handdruck. ©Schweizerisches Nationalmuseum.





Interior Trends 2011

Bereits seit 2005 beruft die imm cologne, die internationale Möbelmesse, ein Gremium internationaler Trendexperten, um die zentralen Trendthemen für die Einrichtungsbranche der kommenden Saison auszuloten und zu benennen: das Trendboard, hat seit seiner Gründung in wechselnden Besetzungen einige der bedeutendsten Designer, Architekten, Materialexperten und Journalisten unserer Zeit zusammengebracht. Das Trendboard 2011 setzt sich aus dem Designer Harald Gründl von EOOS aus Wien, der Designerin und Innenarchitektin Defne Koz mit Büros in Chicago, Mailand und Ankara, dem Textildesigner Martin Leuthold vom Unternehmen Jakob Schlaepfer aus St. Gallen, der Designerin und Architektin Patricia Urquiola aus Mailand sowie dem Chefredakteur des in Barcelona erscheinenden Magazins apartamento, Marco Velardi, zusammen.

Die Ergebnisse der Tagung des Trendboards werden seit 2005 in der Publikation Interior Trends einem breitem Publikum nahe gebracht. In aufwändigen Shootings werden die einzelnen Themen inszeniert, Texte und beispielhafte Produkte illustrieren und erläutern die vielfältigen Entwicklungen auf dem Einrichtungsmarkt. Bei der Entwicklung des Trendbooks werden nicht nur internationale Designtrends vorgestellt – vielmehr bilden die Bedürfnisse verschiedener Konsumentengruppen die Basis für die Untersuchung von Trendentwicklungen und ihrer Umsetzung in Produkten und Interieurs. Für das diesjährige Trendbook haben die Experten vier prägende Szenarien für unsere Wohnkultur identifiziert, die sich nicht nur in ihrer formalen Ausgestaltung unterscheiden, sondern auch unterschiedliche Lebensstile und ihre ästhetischen Präferenzen abbilden.

Auf den folgenden Seiten haben wir die vier aktuellen Interior Trends, die das internationale Trendboard mit den Begriffen Emotional Austerity, Surprising Empathy, Re-Balancing und Transforming Perspectives beschrieben hat, jeweils um den Bereich Tapete erweitert. Aufgrund ihrer illustrativen Eigenschaften wird die Tapete so zu einem entscheidenden Medium, die aktuellen Einrichtungstrends auf die Wand zu übertragen.

Emotional Austerity

Wir haben dazu gelernt. Strenge in der Form oder Knappheit im Material sind längst nicht mehr intellektueller Überheblichkeit oder mangelndem Gefühl geschuldet. Im Gegenteil: Sie sind der Ausdruck eines tiefen und ernsten Empfindens. Die Moderne ist mehr als eine geistige Haltung, sie fragt nach der Seele der Dinge. Mit großer Geste entschlüsseln wir die naturgegebene Form eines Materials, erspüren darin verborgene Konstruktionsprinzipien. Wir suchen nach der inneren Wahrheit. Das Echte, Unverfälschte ist unser Ideal. Es zu ergründen, bei jeder noch so kleinen Aufgabe, die sich uns stellt, ist nur mit wahrer Hingabe und Leidenschaft zu bewerkstelligen.

nes Buch der gesammelten Erkenntnisse, die sich fantastisch mit den neuesten Forschungsergebnissen ergänzen. In der intelligenten Kombination entstehen völlig neue und erstaunlicherweise authentische Typologien.

Ancient High Tech

Sich ungehemmt und ohne Schuldgefühl

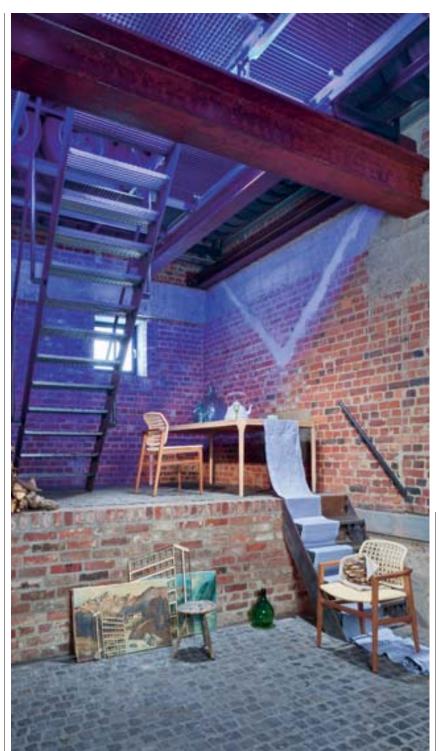
des Repertoires der Vergangenheit be-

dienen zu können, ist der große Vorteil

unserer Zeit. Alles, was bisher gestaltet wurde, präsentiert sich uns als ein offe-

Essentialism

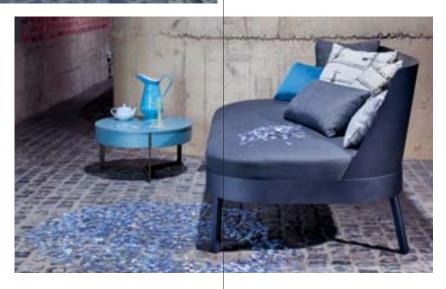
Kein Zweifel: Die Suche nach der Essenz der Dinge ist eine wahre Manie, eine echte Lebensaufgabe. Sie umfasst alle Bereiche des Alltags, jedes noch so unbedeutende Produkt, jedes noch so kleine Detail ist von Bedeutung. Das Kriterium ist einfach: Wir fragen nach dem wirklichen Sinn.



The Ritual Creates the Form Benutzen statt besitzen – so richtig die Formel erscheint, greift sie doch zu kurz. Es geht nicht um die Verneinung von physischer Materialität zugunsten eines irgendwie ätherischen Prozesses. Es geht um den Prozess, der einen bestimmten Gegenstand kreiert. Und selbstverständlich um eine Form, die nahezu zwangsläufig entstehen muss.

Rearranging

Die bekannte Welt hat sich atomisiert. Ein Zustand, in dem die gelernten Ordnungsprinzipien nicht mehr funktionieren. Dies gilt umso mehr für die Welt der Dinge. Das Vertraute ist wie ein zerstörtes Puzzle in unzählige Einzelteile zerfallen. Doch die einzelnen Teile stehen gleichzeitig für unzählige Möglichkeiten, die sich neu sortieren oder zusammenfügen lassen und bessere Lösungen zeitigen.





Vliestapete aus der Kollektion Contzen II Artikel: 6688-13 A.S. Création Tapeten AG

Materialien, Farben Natürliche Materialien wie Leder, Filz, verschiedene Hölzer oder Pflanzenfasern werden durch technische Gewebe und Materialien ergänzt. Die Oberfl ächen sind oftmals geprägt oder gesteppt ausgeführt. Hauptfarbe ist ein erdiges Olivgrün, das von einem saftigen Grün, einem ins Weiß changierenden Blassgrün und einem abmattierten Türkis flankiert wird. Hinzukommt eine Reihe von Pudertönen, die vom Rosé über Gelb ins Bräunliche reichen. Abgerundet wird die Farbpalette durch ein milchiges Aqua sowie

ein rauchiges Bleu.





Kollektion Soft Senses Tapetenfabrik Gebr. Rasch GmbH & Co. KG





Vliestapete aus der Kollektion ESPRIT IV Artikel: 1111-35 A.S. Création Tapeten AG

Betonreproduktion "Concrete 1" $aus\ der\ Kollektion\ Stoneplex$ Artikel: 4006-04 Architects Paper

Surprising Empathy

Wir haben unsere Antennen ausgefahren. Denn es gibt viel zu entdecken in dieser komplizierten neuen Welt. Man muss nur genau hinschauen. Überall stellen sich neue Fragen, entstehen ungeahnte Bedürfnisse, entwickeln sich völlig andere Formen des Umgangs mit den einst so vertrauten Objekten des Alltags. Die Beziehungen zwischen Menschen und Dingen werden neu geknüpft.

Die Technologie ist der Motor, der die Gesellschaft verändert. Sie ist auch unser Treiber. Eine Welt wie diese braucht andere Produkte, mit anderen Funktionen, aus anderen Materialien und natürlich mit einer anderen Form. Unsere Gestalt wird die Menschheit überraschen. Denn wir haben dabei nur an sie gedacht. Noch nie konnte sie uns so einfach folgen allein aufgrund ihrer Intuition.

Hybrid Nature

Es gab eine Zeit, da beschrieb das Hybride einen schwebenden Zustand, etwas Unentschiedenes, nichts Halbes und nichts Ganzes. Das hat sich radikal geändert. Im Kontext der Natur beschreibt das Hybride heute einen nahezu idealen Zustand, denn sie spiegelt in ihrer Widersprüchlichkeit die Wirklichkeit. Auch unsere komplexe neue Welt beinhaltet stets zwei Seiten, Design ist ein mehrschichtiges System, zwischen Interaktion und Intention, zwischen digital und analog.



Awakening of the Senses

Wir wollen mit allen Sinnen und für alle

Sinne gestalten. Das Design ist nicht län-



Design as Research Mit wissenschaftlicher Akribie und empirischer Leidenschaft betrachten wir die Gestaltungsaufgaben unserer Zeit. Der Schlüssel für ihre Lösung liegt in der Technologie. Produktionsverfahren sind heute selbstgenügsam, Materialien sind intelligent, Details sind - wieder einmal keine Details, sondern Moleküle eines großen Ganzen, aus denen sich sein Wesen zusammensetzt.

Illusions of Lightness Leichtigkeit ist das Gebot der Stunde. Wir reduzieren das Gewicht – auf der Straße, in der Luft, in unserem Leben. Zuviel Ballast haben wir mit uns herumgetragen, zuviel Füllstoff, zuviel gebundene Energie – auch wenn es zuweilen nur heiße Luft war, was die Formen bis zum Anschlag bersten ließ. Deshalb lassen wir jetzt die Luft raus, bis nur die Silhouette übrig bleibt. Die Linie wird unser neues Ideal.







Vliestapete aus der Kollektion Contzen II Artikel: 6690-32 A.S. Création Tapeten AG



 $Schiefer produktion\ "Slate\ black"$ aus der Kollektion Stoneplex Artikel: 4007-03 Architects Paper



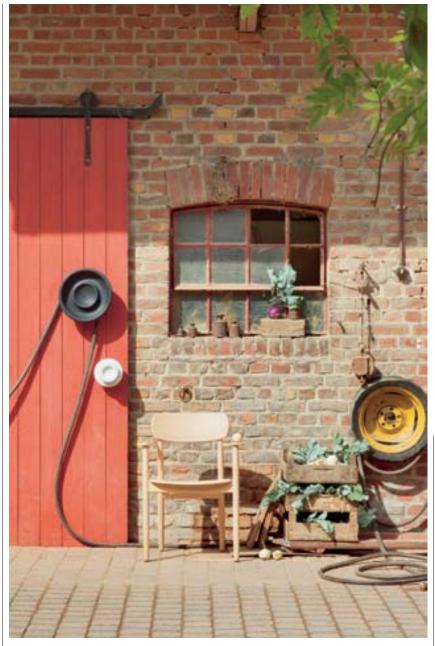
Re-Balancing

Wenn wir einmal die Zeit finden, Bilanz zu ziehen, dann werden wir deutlich sehen, wohin wir gekommen sind. Weit ab von unserem Kurs, gefährlich weit ab von uns selbst. Wir müssen unser inneres Gleichgewicht wieder finden, unsere Kompassnadel neu ausrichten. Das geht nicht in der großen, weiten Welt, sondern nur in unserem Ort, unserer Straße, in unseren eigenen vier Wänden. Wir werden erkennen, dass kaum eine Notwendigkeit dafür besteht, diesen Ort je wieder zu verlassen. Er ist ein Nest, er ist sicher und es gibt darin soviel zu tun. Unsere Möbel, unsere Dinge sind das Erbe unserer Vergangenheit. Aus ihnen quillt die Geschichte unserer Identität. Wir können sie gut gebrauchen, sie ist mehr als ein Wert, sie ist das Wertvollste, das wir besitzen.

Everyday Life Collection
Jeder Tag ist unterteilt in hunderte herausfordernde Situationen, in denen kleine Helfer dafür sorgen, dass wir sie meistern. Sie sind unauffällig, zurückhaltend. Und sie funktionieren. Sie sind schön, weil sie funktionieren und so unglaublich unauffällig, ja anonym zu Diensten stehen. Wir sammeln sie. Sie sind wahre Ikonen des Alltags.

Local Seasonal

Was ist die Antwort auf die voranschreitende Entfremdung von Raum und Zeit? Ganz einfach: Eine Kehrtwendung um hundertachtzig Grad. Zuhause fühlen wir uns wohl, wir halten die Uhren an. Wir entdecken die Qualitäten unserer Region, wir essen das Gemüse, das unser Sommer uns beschert, kennen die Wälder beim Namen, aus deren Holz unsere Stühle geschnitzt sind.



Self Assembly

Wir glauben, dass jeder über die Kreativität verfügt, seine Umwelt aktiv zu ge-stalten. Die Endmontage eines Möbels ist die ultimative Erfahrung unser eigenen Fähigkeiten. Im Prozess des Zusammenfügens werden diese Dinge human und zutiefst basisdemokratisch, im besten Sinne entstehen zwischen Designer und Nutzer soziale Skulpturen – auf Augenhöhe.

Permanent Re-Creation Wir stellen die Dinge wieder richtig. Angesichts des Chaos, das die moderne Welt uns jeden Tag beschert, ist dies kein einmaliger Akt. Es ist vielmehr ein ständiges Aufräumen, ein ständiges Bewerten und Entscheiden für das, was uns wirklich wichtig erscheint. Wir müssen uns dieser Aufgabe stellen, täglich für unsere Ideen kämpfen. Denn es steht zuviel auf dem Spiel. Nicht weniger als unser Way of Life.



Materialien, Farben Elastische und weiche Naturmaterialien wie Kork, Schaffelle, Mohair oder Pferdehaar sind prägend.

Die Oberflächenstrukturen sind gestrickt oder gewoben, vereinzelt auch handgesponnen. Dominierend ist ein Rhabarberrot, das von einem Crèmeweiß und einem Maisgelb umrahmt wird. Einen kontrastreichen Abschluss bilden ein senfkornfarbenes Hellbraun, das von einem Terrakottabraun komplettiert wird.



Vliestapete aus der Kollektion Schöner Wohnen Artikel: 1135-42 A.S. Création Tapeten AG



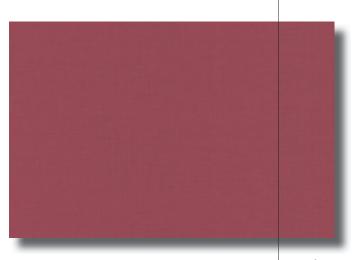
Kollektion b.b home passion Tapetenfabrik Gebr. Rasch GmbH & Co. KG





Natürliche Sandtapete "Sand 8" aus der Kollektion Stoneplex Artikel: 4005-74 Architects Paper

Vliestapete aus der Kollektion Contzen Artikel: 6238-43 $A.S.\ Cr\'{e}ation\ Tapeten\ AG$



Re-Balancing 35

Iransforming Perspectives

Gestern noch konnte unsere Welt nicht glänzend genug sein. In allem herrschte die pure Pracht. Unser Tun war reine Verschwendung. Wir kannten weder Maß noch Grenzen. Wir stellten die Regeln der Disziplin auf den Kopf. Wir waren das Ereignis, immer im Rampenlicht. Unser Handeln war radikal und revolutionär. Das ist es noch heute. Nur unsere Sichtweise hat sich geändert. Die Krise hat uns die Zivilisation geraubt und uns die Augen geöffnet. Wir leben in der Wildnis, in graue Vorzeit zurückgeworfen. Wir gehen in Sack und Asche. Radikaler und revolutionärer als jemals zuvor fischen wir in der Ursuppe nach neuen Formen. Archaisch sollten sie sein, geradezu animalisch und natürlich voller Magie.

Ecostupidity

Nur nicht zu kompliziert: Keep it simple, heißt die Devise. Grün sei das neue Weiß, sagt man. Wir aber meinen, grün muss auch grün aussehen. Wir verkleiden uns und lackieren sämtliche Oberflächen. Aus Überzeugung erfüllen wir alle Klischees des Marketing. Wir machen es uns einfach. Wir sind überzeugt, nur so kommt die Botschaft an.



Übermarketing

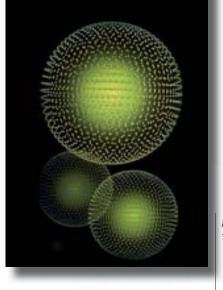
Noch einmal bäumen wir uns auf. Ein letztes Mal wollen wir es wissen. Es geht doch noch etwas mehr. Mit ein wenig Abstand betrachtet gestalten wir die Ka-rikaturen unserer selbst. Gefährlich nah dem Abgrund, es könnte jederzeit kippen. Aber der Reiz, es zu probieren, ist immer noch da.





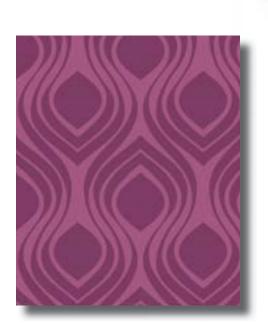
Stale Luxury

Was gestern noch erhaben in der Sonne glänzte, rostet heute vor sich hin. Die Dinge, die wir vor der Abreise zu neuen Ufern nicht mit Laken bedeckt haben, sind zu Staubfängern mutiert. Und jene, die wir rechtzeitig verpackt haben, packen wir nicht mehr aus. Die Zeit hat sie verändert. Ehrlich gesagt: zu ihrem besten. Die Patina steht ihnen gut zu Gesicht.



Kollektion Sphere RoomArt Tapetenfabrik Gebr. Rasch GmbH & Co. KG

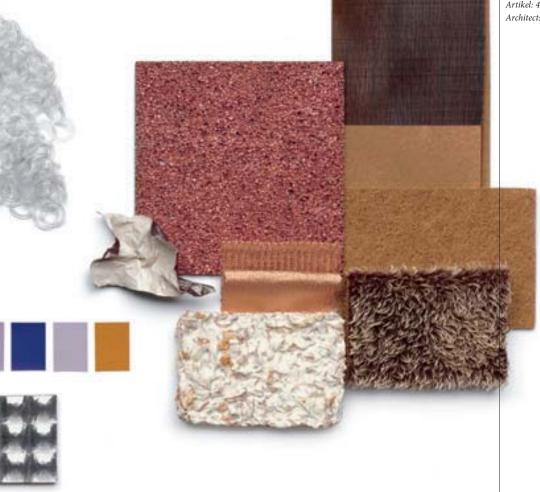
Materialien, Farben Geschäumte Metalle, Mineralverbundstoffe, Glas- und Metallgewebe werden durch harte und weiche Kunststoffe ergänzt. Optische Effekte sowie Netz und Kettenstrukturen sorgen für wandelbare Oberflächen. Im Fokus steht ein dunkles Pflaumenblau. Ein artifizieller Lavendelton sowie ein ins Violett schimmerndes Taubengrau ergänzen die Reihe. Kontrapunkt bildet ein glänzender Caramelton.



Vliestapete aus der Kollektion Sweet Candy Artikel: 1429-48 A.S. Création Tapeten AG



Textiler Wandbelag "Asian Canvas 130" Artikel: 4071-39 Architects Paper





Vliestapete aus der Kollektion Chroma Artikel: 1325-67 Architects Paper



Herausgeber A.S. Création Tapetenstiftung, Gummersbach, www.tapetenstiftung.de

V.i.S.d.P.

Jürgen Schneider, A.S. Création Tapetenstiftung, Gummersbach, www.tapetenstiftung.de

Realisation

Rat für Formgebung Service GmbH, Frankfurt am Main, www.german-design-council.de

Konzept

Andrej Kupetz, Frankfurt am Main, info@german-design-council.de

Text und Redaktion Stephan Ott, Frankfurt am Main, www.design-international.net

Gestaltung

Oliver Genzel, Wiesbaden, www.olivergenzel.de Maike Ossenberg, Oberursel/Taunus, www.ossenberg.org

> Projektmanagement Maike Ossenberg

Printproduktion
Thorsten Heinrichs, Ginsheim-Gustavsburg

Druck

Druckerei Chmielorz GmbH, Wiesbaden, www.druckerei-chmielorz.de

© Texte und Abbildungen bei den Autoren, 2011 Die Wiedergabe der Interior Trends 2011, imm cologne, erfolgt mit freundlicher Genehmigung der Koelnmesse GmbH.





