

# Corporate Identity aufs Tapet gebracht

Text und Bilder Robert Helmy



Hansruedi Kaufmann, Präsident des Tapetenforums und engagierter Kämpfer für die Wandbekleidung, führte mit sichtlichem Spass durch die Veranstaltung.

**Was sind repräsentative Räume, wie stiften sie Identität? Das waren zentrale Fragen, die das Symposium «Corporate Identity aufs Tapet gebracht» am 17. Juni 2009 in der Zürcher Hochschule der Künste zu klären versuchte. Im Rahmen der Veranstaltung wurde auch der Startschuss für einen Tapetenwettbewerb gegeben.**

«Repräsentation kann nur in der Sphäre der Öffentlichkeit vor sich gehen.» Dieses Zitat des bedeutenden deutschen Philosophen Jürgen Habermas legte das Fundament der Zeitreise, welche die Kunsthistorikerin Bettina Köhler mit den Teilnehmenden des Symposiums in ihrem Referat unternahm. Es führte durch verschiedene Stilepochen und Geschmacksrichtungen. Nicht nur die prächtigen «privaten» Gemächer des Sonnenkönigs Ludwig XIV. waren auf Repräsentanz angelegt, erfuhren die Besucher und Besucherinnen des Symposiums. Auch die Innenräume der Landhäuser des englischen Hochadels

im 18. Jahrhundert, die Wohnräume von Goethe oder die Interieurs der Bauten der Bauhaus-Epoche waren mehr als bloss privat. Sie mussten ihren Besitzern und deren Gästen gefallen, ja vielleicht sogar ihren Neid erwecken. Neid sei überhaupt ein wichtiger Antriebsfaktor bei der Gestaltung von Innenräumen, bemerkte Axel Venn, Professor für Farbgestaltung, augenzwinkernd in seinem amüsanten Vortrag über Tapetenluxus, Bühnenbilder zum Wohnen.

## Wissen, wer man ist

Dass man mit der Gestaltung von Innen- und Aussenräumen Identität stiften und repräsentative Wirkung erzielen kann, ist heute so wahr wie früher. Dies zeigten die Beispiele des Farbgestalters Beat Soller und des Architekten Josho Smolencky. Bewusst gestaltete Empfangsräume von Banken laden zum Verweilen ein, versprechen aber auch Diskretion. Ein geschickt ausgestalteter Member-Bereich eines Golfklubs gibt dem Mitglied das Gefühl, sein Geld richtig angelegt zu haben. Der klug konzipierte Showroom eines Uhrenherstellers wirkt so wertvoll wie das kleine technische Wunderwerk, für das er den Rahmen abgibt. Die Beispiele von Soller und Smolencky waren gefällig und überzeugten. Sie machten vor allem bewusst, dass nur derjenige über die Gestaltung von Räumen seine Identität kommunizieren kann, der weiss, wer er selber ist und welche Ziele er verfolgt.



Besucherinnen des Symposiums «Corporate Identity aufs Tapet gebracht» studierten in der Pause eifrig die Kataloge der Tapetenhersteller.



Dass man mit der Gestaltung von Innen- und Aussenräumen Identität stiften und repräsentative Wirkung erzielen kann, ist heute so wahr wie früher. Die Kunsthistorikerin Bettina Köhler blendete zurück in vergangene Jahrhunderte, der Architekt Josho Smolensky zeigte Beispiele aus seinem aktuellen Schaffen.

### Mit der Tapete Identität stiften

Die Veranstaltung wäre nicht eine Veranstaltung des Tapetenforums gewesen, wenn nicht die Tapete als Gestaltungsmittel eine zentrale Rolle gespielt hätte. Dieter Buhmann, Geschäftsführer der im deutschen Bundesland Hessen domizilierten Marburger Tapetenfabrik, pries ihren Wert gekonnt an. 25 Prozent seines Umsatzes erzielt das Traditionsunternehmen mit Tapeten aus dem Luxusbereich, die es durch Star-designer wie Luigi Colani oder Ulf Moritz entwerfen lässt. Was sich heute alles an Farben, Formen, Materialien und Strukturen an die Wand kleben lässt, ist in der Tat beeindruckend und übertrifft bei Weitem die Tapetenblümchen, die der eine oder andere Zuhörer möglicherweise noch aus seiner Kindheit in Erinnerung hatte.

### Tapetenwettbewerb

Die Marburger werden es auch sein, die bei der im Rahmen eines Wettbewerbs zu entwickelnden Tapete mitarbeiten werden. Der Startschuss zum Wettbewerb fiel am Symposium. Der zum Symposium gleichlautende Titel des Wettbewerbs, nämlich «Corporate Identity aufs Tapet gebracht», ist irreführend, auch wenn sich die Wettbewerbsteilnehmer in einer ersten Lesung an den Schulungsräumlichkeiten der Migros-Klubschule zu orientieren haben. Die

Tapete soll nämlich dereinst nicht nur in den Schulen des Grossverteilers mit dem grossen orangen M, sondern generell in Schulen und Institutionen der Erwachsenenbildung ihre Wirkung entfalten können. Es soll eine Wandbekleidung entstehen, die eine dem Lernen förderliche Atmosphäre schafft und die in Gängen der Schule den richtigen Weg zum Schulraum weist. Geplant ist, die Schule Kornhausbrücke der Migros am Limmatplatz in Zürich als erste Institution mit der Tapete auszustatten. ■



Was macht Menschen zufrieden? Das «Wohnen», wusste Axel Venn, Professor für Farbgestaltung, zu berichten.

### Tapetenforum

Das Tapetenforum fördert als Interessengemeinschaft der Tapetenhändler in der Schweiz eine branchenübergreifende Verständigung zwischen Designern, Herstellern, Architekten, Innenraumgestaltern, Einrichtern, Entscheidungsträgern, Anbietern und Verarbeitern. Es will einen aktiven Beitrag zur Förderung des bewussten Umgangs mit der Wandbekleidung leisten.

### Tapetenwettbewerb

Infos dazu befinden sich auf [www.tapetenforum.ch](http://www.tapetenforum.ch)