

Die Malerzeitschrift

8²⁰⁰⁹

Fokus – Energetische Modernisierung
Personalentwicklung – Der Trainer für den Chef
Farbkonzepte – Gestaltung, die Schule macht
Spritztechnik – Metallfassaden beschichten

Mappe



Tapeten als Identitätsschöpfer



Veranstaltung »Corporate Identity aufs Tapet gebracht« lautete das Thema eines Internationalen Symposiums vom 17. Juni in Zürich. Veranstaltet wurde es vom Schweizer Tapetenforum und begleitete die Eröffnung des 2. Tapeten-Design-Wettbewerbes.



Hochkarätige Referenten spiegeln spannende Ansichten zum Thema und machten Lust auf Tapete und Design. »Man muss Wünsche generieren« war an diesem Tag der wohl sinnigste Ausspruch von Professor Axel Venn, um das Potenzial der Tapete zu skizzieren.

Die Bedeutung des Raums

Die Kunsthistorikerin Prof. Dr. phil. Bettina Köhler eröffnete den Tag mit einer Zeitreise durch Interieurs vergangener Epochen. Sie verweist auf ihre Bedeutung als Ausdruck einer mentalen Stimmung, in der sich Repräsentation stets als Einladung in einem öffentlichen Kontext versteht. Da werden Räume zu Bühnen gesellschaftlichen und politischen Lebens und stellen die Frage nach angemessener Repräsentation, wobei Repräsentation als gesellschaftliches Attribut stets um Respekt und Anerkennung buhlt. Auch Goethe schätzte Tapeten als Möglich-

keit, Räume zu verändern und Oberflächen zu schaffen, die als Hintergrund für seine Kunst-Inszenierungen dienen.

Erst in der Moderne mit der Entstehung unterschiedlicher Auffassungen von privaten und öffentlichen Räumen entwickelte sich eine Plattform für die Gestaltung des Interieurs nach persönlichem und individuellem Geschmack. Im Bauhaus – mit dem vollkommenen Verzicht auf die repräsentative Geste – wird das Haus selbst zum Wohnorganismus. Marcel Breuer spricht erstmalig von Reduktion. Die Wand als solche wird zur »Kultwand« und damit zur Leinwand moderner Inszenierung.



(von oben) Prof. Dr. Bettina Köhler



Beat Soller

Dieter Buhmann

Prof. Axel Venn

Gastgeber Hansruedi Kaufmann, Präsident des Tapetenforums



Identität inszenieren

Der Malermeister und Farbgestalter Beat Soller widmet sich der Frage, wie Identität durch Gestaltung ausgedrückt werden kann. Der Gestalter als Teamplayer zwischen Bauherr und Architekt sieht sich oftmals zunächst vor die große Sinnfrage gestellt: »Wie sieht die Identität eines Unternehmens aus?« An diesem Punkt wird Gestaltung zum Sinnstifter, weist auf die Frage nach der Differenzierung vom Mitbewerber und letztendlich auch auf narzisstische Motivationen der Selbstdarstellung hin. Gestaltung wird zum Instrument der Inszenierung, die Marke zum Schlüsselbegriff für Gestaltung, Oberflächen, Farben und Materialität. Markenbildung über den Raum ist jedoch ein komplexes, interdisziplinäres Gebiet. Im Idealfall trifft das Design genau die Kernbotschaft einer Marke, nonverbal, haptisch und visuell.

In den Pausen bot sich die Gelegenheit zum Austausch und Stöbern in aktuellen Tapetenkollektionen

(unten) Beim Podiumsgespräch wurden Aspekte des Tagungsthemas vertieft



Tapete als Statussymbol

Dieter Buhmann, Geschäftsführer von marburg Wallcoverings, beleuchtete die Identitätsfrage mit direktem Bezug auf die Tapete. Die Unbestimmtheit von Räumen verlangt nach Gestaltung. Die Luxustapete spiegelt Identität, Einzigartigkeit und schafft Interaktion. Sie führt ein Eigenleben und gewährleistet Selbstdarstellung auf hohem Niveau. Im Prestige der Luxustapete spiegelt sich der Status eines Unternehmens ganz nach dem Zitat von Woody Allen: »Das Geheimnis des Erfolges? Anders sein als die Anderen.«

Neidfaktor Tapete

Mit charmanter Grandezza verwies Prof. Axel Venn auf die neue Lust und Leidenschaft des Wohnens. Nicht nur gibt es eine Rückbesinnung auf das Wohnen. Die Wohnung thront als höchstes Statussymbol über allen anderen Begehrlichkeiten. »Zeig mir, wie du wohnst, und ich sage dir, wer du bist« schließt den Kreis zur Frage der gesellschaftlichen Repräsentation eines Raumes und zum Eröffnungsreferat von Prof. Bettina Köhler. Das Wohnen fungiert als Identitätsschöpfer und der Designer als Regisseur für die Gefühle der Menschen. Die Luxustapete ist heute eine Skulptur aus Glanz und Glamour – geeignet, den Betrachter vor Neid erblassen zu lassen und jede Wohnung in eine Luxushütte zu verwandeln. Man muss Wünsche generieren, und am besten geschieht dies mit dem Hype des Neuen, des Ungewöhnlichen und seiner adrenalinhaltigen Essenz. *Daniela Spaeth*

Schnell anmelden! *info*

Für alle Schnellentschlossene: Bis zum 21. August können sich Studierende und Designer aller Gestaltungsrichtungen für die erste Stufe des Wettbewerbs »Corporate Identity auf's Tapet gebracht« anmelden. Ziel des Wettbewerbes ist es, gemeinsam mit der Tapetenfabrik marburg wallcoverings in Kirchhain eine Tapetenkollektion zu entwickeln. Diese Kollektion wird tragender Bestandteil der neuen Corporate Identity der Migros Clubschulen werden. Die Wettbewerbsunterlagen und Teilnahmebedingungen sind nachzulesen im Internet unter www.tapetenforum.com.