

# Identität und Oberfläche

Das Tapetenforum lud am 17. Juni 2009 zum ganztägigen Symposium in der Zürcher Hochschule der Künste ein. Die Teilnehmenden kamen in den Genuss eines reichhaltigen Angebots an Referaten, Informationen und Anregungen zum Thema «Corporate Identity aufs Tapet gebracht». Redaktion: Manuel Pestalozzi, Fotos: Robert Helmy



Zwischen den mit grosser Aufmerksamkeit verfolgten Referaten gab es Pausen für den Austausch oder das Begutachten konkreter Tapeten-Ideen.

Mies van der Rohe's Farnsworth-Haus und den Arbeiten des Büros Sanaa, welches die eigene und die westliche Tradition zusammenführt und in der Grossstadt angesiedelte, private Interieurs entwickelt.

## Identität stiften

Konkreter aufs Thema Tapeten ging das Referat von Dieter Buhmann, Marburg Wallcoverings, ein. Will man Identität stiften, so Buhmann, muss man sie erst einmal besitzen. Identitätsstiftendes Handeln solle Einmaligkeit und Unverwechselbarkeit erzielen – und zwar gemeinsam in einer sozialen Gruppe, führte er aus. Das Ergebnis sei eine besondere, von der Umwelt als Alleinstellung oder Singularität erkannte Leistung.

Ein gutes Beispiel für soziale Identität sieht Buhmann in Tätowierungen, die ein identitätsstiftendes Merkmal einer modebewussten Jugend geworden sind. Bei Innenräumen verhalte es sich anders, für sie gelte: Erst ihre Unbestimmtheit macht sie brauchbar. Durch den Austausch oder die Gestaltung ihres Innenlebens ändert sich ihre Identität. Besonders erfolgreich könne man die Identität von Räumen mit hochwertigen Tapeten verändern.

Luxus-Tapeten stiften durch ihre Ästhetik, ihre Einzigartigkeit, ihre hohe Produktqualität, ihren hohen Preis, ihre Nicht-Notwendigkeit und ihre Herkunft aus einem renommierten Haus, wie eben Marburg, ideellen Nutzen, Prestige und Status – alles Attribute, die geeignet sind, identitätsstiftend zu wirken. Hochwertige Tapeten seien längst keine Imitate von anderen Techniken mehr, so Buhmann, sie

Mit 65 Personen war der Teilnehmererfolg in den Worten von Hansruedi Kaufmann, Präsident des Tapetenforums, zwar nicht gerade berauschend, die Qualität der Referate und die Stimmung im Saal aber umso mehr. Man wurde, wie die Kurzfassungen einiger Vorträge belegen, für die Anwesenheit also reichlich belohnt.

## Repräsentatives Futteral

Bettina Köhler, ordentliche Professorin für Kunst- und Kulturgeschichte am Institut für Mode-Design der Hochschule für Gestaltung und Kunst an der Fachhochschule Nordwestschweiz (FHNW), nahm das Publikum mit auf eine Zeitreise. Der Vortrag verfolgte die Frage nach den sich wandelnden Ansprüchen an die Repräsentation durch das Interieur oder mit dem Interieur und den entsprechenden ar-

chitektonischen Mitteln. Ausgangslage bildete Walter Benjamins Interpretation der Wohnung (des 19. Jahrhunderts) als Futteral. Diese Interpretation bedeutet, dass Wände, Öffnungen, Materialien, der Schmuck, die Farben und das Licht – auf jeweils spezifische Weise – gemeinsam nicht nur den Raum (die Negativ-Form) umgeben. Durch sie wird die Einladung erzeugt, in eine spezifische Atmosphäre einzutreten, die etwas anderes vertritt und immer auch auf etwas Allgemeineres, Öffentlicheres verweist.

Die von Frau Köhler ausgewählten Beispiele versuchten den Wandel der Auffassungen und Gestaltungen repräsentativer Interieurs entsprechend vom siebzehnten Jahrhundert bis in die Gegenwart hinein nachzuzeichnen: Von der sogenannten Botschafter-Treppe in Versailles bis zu

selbst seien die innovative Technik, das innovative Design. Es sei meist unmöglich oder unbezahlbar, ihre optische und/oder haptische Wirkung durch andere Materialien oder Handwerkstechniken zu erreichen.

### Big Pictures

Um Leitbilder der Identität ging es auch in den Ausführungen von Michael Meier, Creative Director von Vasp Datatecture GmbH, einer Agentur mit 15 Visualisierungsexperten. Er präsentierte Beispiele, welche die grosse Bandbreite möglicher Endprodukte bei Vasp-Aufträgen illustrieren. Oft arbeite man mit Metaphern zur Vermittlung abstrakter Inhalte: So habe Vasp beispielsweise ein vier Jahre dauerndes Grossprojekt mit einer U-Bahn-Karte dargestellt und die Risiken einer Branche auf einer Eisbergkarte abgebildet. Ein handfestes Kartonmodell vermittelte den Überblick über äusserlich nicht unterscheidbare Produkte eines Industrie-konzerns, und ein virtuelles 3D-Modell übersetzte die fantastischen Ideen eines Künstlers in planbare Gebäude.

Eine visuelle Übersicht über geplante Projekte eines Grossraums schaffe, so Meier, eine gemeinsame Identität. Daraus zieht er das Fazit: Weil Big Pictures Aufmerksamkeit erregen, einen Überblick verschaffen, Abstraktem eine Form geben und Komplexität fassbar machen, können sie einen Prozess oder ein Projekt positiv beeinflussen – zum Beispiel auch die Entwicklung oder Adaption einer Corporate Identity.

Die Ausführungen zeigen, dass die Welt der bedruckten Oberfläche, sei sie nun aus Papier, wie die traditionelle Tapete, oder anderen Materialien, lebendig, vital und in jeder Hinsicht anregend ist. Und dass es sich lohnt, für ein Tapeten-Symposium Platz in der Agenda zu finden. ■

Die Kunsthistorikerin Bettina Köhler zeichnete die Geschichte der Innenraum-Oberflächen anhand einer Definition des kritischen Zeitzeugens Walter Benjamin nach.



Michael Meier, visueller Kommunikator bei Vasp, präsentierte das grosse Bild als erinnerungswürdigen Informations-Hintergrund.



Dieter Buhmann Geschäftsführer der Marburger Tapetenfabrik erläuterte die ästhetischen und emotionalen Qualitäten der guten Tapete.



### Tapete-à-porter

*«Ich brauch Tapetenwechsel», sprach die Wandbekleidung und träumte davon, für einmal nicht an den Wänden zu kleben, sondern ganz «fashion design» über den Laufsteg zu schweben. Am 12. Juli 2009 kam es im Trendlokal Kaufleuten mitten in der City von Zürich zur «diplom-fashion-show tomorrowland».*

*Maya von Allmen, Leiterin Fashion Design der Schweizerischen Textilfachschule (STF) in Zürich, und Hansruedi Kaufmann, Präsident des Tapetenforums, taten sich zusammen, und als bald begannen die 15 Absolventinnen der Klasse FD2 mit viel Enthusiasmus und voll motiviert mit der Verwirklichung dieses Traumes. Schon bei der Auswahl der Tapeten aus dem enormen Angebot fuhr bei ihnen erstmals das ganz grosse Aha-Erlebnis ein. Ausgewählt wurden schliesslich Tapeten von Eijffinger, Marburg, Omexco und Rasch.*

*Die Show startete im ausverkauften Saal mit einem Paukenschlag. Vor den über 300 Besuchern begann das Defilee auf dem Laufsteg nicht mit den extravaganten Haute-Couture-Kreationen, sondern mit den noch extravaganteren «Tapete-à-porter»-Modellen. Die Überraschung war perfekt, gross der Applaus, positiv die Reaktionen, die Tapete ein Gesprächsthema, und damit ging ein Traum in Erfüllung.*

*Positiv war auch die Reaktion von Helmut Hälker, Direktor der STF Zürich: «Am Anfang war ich gegenüber dieser Idee sehr skeptisch eingestellt, denn ich hatte schon mal so was mit Tapeten gesehen. Es war schrecklich, reiner Karneval. Doch jetzt, mit diesen tollen Kreationen, bin ich total begeistert.» Zum Schluss noch dies: Eine der Fashion-Designerinnen hat bereits ihre Wohnung tapezieren lassen.*

