

Wird sich die Wirtschaftskrise 2009 auf das Produkt Tapete negativ auswirken oder geht es fröhlich weiter mit pompösen Dekoren und ausgefallenen Farben? Diese Frage wird sich in der Tapetenbranche stellen müssen. »Der Inhalt dieser Trendaussage wird daher von gebotenen Realismus gekennzeichnet sein«, betont Bernhard J. Holzapfel, Design-Direktor Tapetenfabrik Rasch. Das Ende der vielen Möglichkeiten ist da. Seit zwei Jahren manifestieren sich zwei Haupttrendthemen. Bemerkenswert sei, dass diese Entwicklung unabhängig zur heutigen weltökonomischen Lage entstanden ist.

Trend 1: Die Neue Klassik

Eine Hinwendung zur Klassik des 20. Jahrhunderts, speziell der 20er und der 30er Jahre, geht einher mit einem Werte-

vorzugen.« Opulenz wird elegant und zurückhaltend gezeigt. Die Metallfarben wie Gold, Bronzeschattierungen und besonders Silber und Laméglanz werden einen neuen Luxus formulieren.

Das Designthema ist die diskrete Orientierung an der britischen Oberschicht der 30er Jahre. Kernige stoffliche Oberflächen, erdige Farben, Clubstil, Polo und Countryclub als letzte Bastion des Elitären sind Brunnen eines klassischen Stils, der vor allem durch Material und Dekorreichtum formuliert wird. Niemand wird in Zeiten der Krise das Elegantschlichte in arm und grau darstellen. Der Konsument ist dafür durch den Material- und Dessinüberfluss der letzten Jahre zu verwöhnt. Die Tapetenkollektionen werden durch eine Vielfalt konsumiger Produkte gekennzeichnet sein, die ihren Charakter durch wenige echte Highlights in der Dessinierung bekommen.



Bernhard J. Holzapfel

Tapeten-Trendview – ein Ausblick von Bernhard J. Holzapfel



wandel, der sich in einem neuen Konservatismus ausdrückt: Weniger Show off, dafür mehr Authentizität und Realismus. In diesem Trend sind die zu vermittelnden Werte wichtig: Handwerkliches, Tradition, Ruhe, ehrliche Materialien (oder die Interpretation davon) sind die Stichworte. »Der Konsument wird weiter einkaufen, aber sehr selektiv das Angebot prüfen und nur Qualität in jeder Form be-

Der zweite grosse Trend ist die Rückbesinnung auf das »weniger ist mehr« der 90er Jahre.

Trend 2: Der Urbane Trend

Basics werden wieder ein Schlagwort im Gewand von Hightech-Anmutungen. Es wird in den Kollektionen keinen Raum für Experimente geben. Designerische

Abenteuer wirken banal in den Zeiten eines nüchternen Konsums. Simplizität und Strenge wird sich in diesem Look widerspiegeln.

Urbaner Chic und Citylook = Reduktion und Zweckmässigkeit: das beschreibt diesen Trend. Anfänge sieht man in den Kollektionen »New Authority« und »Carat«. Das Dekor wird weiter grafisch und geometrisch: »Technoide Ornamentik«. Die Farbigkeiten werden insgesamt ruhig und sensibel. Die hellen Paletten Weiss, Beige, Grau, Taupe werden die Favoriten, mit Akzenten in Gelb oder Grün. Leuchtendes Blau und Violett markieren Luxus in Verbindung mit Metallschattierungen. Glanz wird immer wichtiger. Die Materialbearbeitungen nehmen den wichtigsten Platz ein.

Die Herausforderung des Rasch-Design-teams im Jahr 2009 wird sein, der Marke treu zu bleiben, aber trotzdem relevanten Zeitgeist in der Tapete herauszuarbeiten. »Wir werden nicht plump den » kreativen Kopf« einziehen, sondern Kreativität in einem besonderen Masse zeigen, die ganz klar die Individualität und den Charakter von Rasch-Tapeten beschreiben.« ■