

# Design-Avantgarde verhilft der Tapete zum Comeback

Andrej Kupetz

Geschäftsführer, Rat für Formgebung, Frankfurt am Main



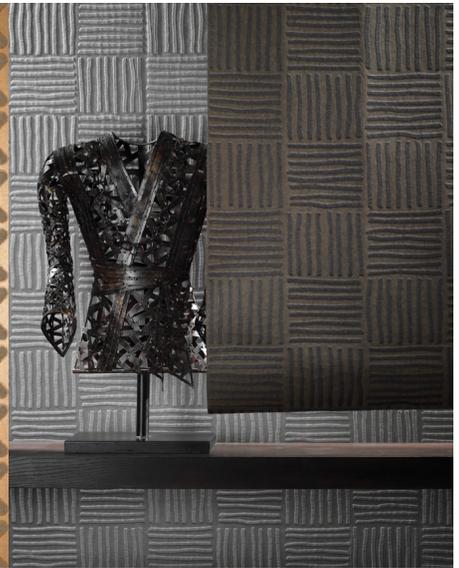
„Die Form folgt der Funktion“ lautete im 20. Jahrhundert das Dogma in Architektur und Design. Dem unnützen Dekor auf Tassen und Tellern, auf Möbeln und Wänden wurde der Kampf angesagt – zugegebenermaßen nicht ganz so vehement, wie wir heute glauben möchten. Denn so sehr die Ornamentlosigkeit die Idee modernen Designs blieb, war sie auch immer Theorie. Selbst die Moderne kam nie ohne dekorative Elemente aus. Sogar das Bauhaus hat tapeziert und Farbe als dekoratives Element der Wohnraumgestaltung eingesetzt.

Dass sich die tapezierte Wand in den vergangenen Jahrzehnten aus den Interieurs schließlich doch verabschiedet hat, schien dann auch eher einer allgemeinen Müdigkeit gegenüber der Dekoration geschuldet zu sein. Nach einem letzten farbenfrohen Aufbäumen Anfang der 70er-Jahre wurde die Tapete zur sterbenden Gattung im allgemeinen Verständnis von häuslicher Einrichtungsqualität. Die folgende Postmoderne hatte – bei aller Vorliebe für klassizistisches Ornat, Säulen und Giebelchen – für Muster an den Wänden nicht viel übrig. Eine zeitgemäße Renaissance des Dekors, gar ein Neuanfang, blieb aus. Die zweite Phase der Postmoderne entdeckte die klassische Moderne wieder und propagierte das Einfache als Luxus. Betonkahlle Wände in nie zuvor dagewesener Feinheit bestimmten die Interieurs.

## Die Frage nach dem zeitgemäßen Ornament

Doch seit einigen Jahren gibt es Anzeichen für einen Wandel. Vielleicht ruft gerade die Überfeinerung der Einfachheit seit einiger Zeit Gegenreaktionen in Architektur und Design hervor. Eine ernsthafte Auseinandersetzung mit dem Ornament an der Fassade und im Innenraum findet mittlerweile wieder in allen Gestaltungsbereichen statt, frei von Ironie und vordergründiger Provokation.

Vor allem Architekten beschäftigen sich wieder mit der Frage eines zeitgemäßen Ornaments als Mittel der Fassadengestaltung. Sei es technisch motiviert wie bei den Bauten des Franzosen Jean Nouvel, der sich, z. B. beim Verschattungssystem der Fassade seines Instituts du Monde Arabe, an marokkanischen Fliesenmustern orientierte. Oder illustrativ wie bei den Bauten der Schweizer Herzog & de Meuron, die die Fassade eines New Yorker Wohngebäudes mit rankenden Ornamenten schmückten.



So war es vermutlich nur eine Frage der Zeit, dass sich das Ornament von der Fassade seinen Weg in die Interieurs zurückeroberte und auch der Tapete zu einem Comeback verhalf. Es sind vor allem die Bildeigenschaften der Tapete, die die Menschen heute interessieren. Flächiges, raumfüllendes Tapezieren war gestern, die Tapete als Bild, nur auf eine Wand im Raum projiziert, wird zum Trend. Der Wunsch nach Individualisierung der Meterware Tapete ist auch Ursache für den wachsenden Vintage-Markt in diesem Bereich. Längst haben sich von New York bis Berlin Geschäfte etabliert, die alte Musterbestände zu hohen Preisen veräußern. Tapetenentwürfe von William Morris, Le Corbusier oder Cecil Beaton, oft in aufwändigen Handdruckverfahren hergestellt, erfreuen sich wachsender Beliebtheit.

Auch die Design-Avantgarde hat die Tapete als eine ideale Projektionsfläche ihrer Visionen entdeckt. Für das Produkt entsteht so auch ein neuartiges Wertverständnis. An dieser Neubewertung der Designer muss sich die Industrie orientieren, will sie das aktuell günstige Klima für die Tapete nutzen. Sie benötigt eine langfristige kulturelle Aufwertung ihrer Arbeit, um sich selbst vor einem weiteren Preisverfall zu schützen. Es geht vor allem darum, die Tapete zu einem begehrten Produkt zu entwickeln. Tapeten, die technologisch und ästhetisch faszinieren, sind die besten Garanten für einen langfristigen Wertewandel in der öffentlichen Beurteilung des Produkts.

