

Die Spiessigkeit ist vom Tapet

Die Dekorations-Askese mit weissen, leeren Wänden ist vorbei. Heute wird die neue Lust an schmucken Tapeten auch privat ausgelebt.

SILVIA SCHAUB

Der Andrang ist riesig in der Tapetenhalle an der Heimtextil in Frankfurt, der grössten internationalen Messe für Wohn- und Objekttextilien. «Das darf man durchaus als Gradmesser für die neue Beliebtheit der Wanddekoration verstehen», sagt Hansruedi Kaufmann vom Schweizer Tapetenforum. Aufwändig geprägte Ornamente überziehen matte Oberflächen, feine Federchen sind akkurat eins ans andere gereiht. Silikatsand und Glitzerpartikel erzeugen aufregende Effekte. Daneben wecken grosse Einzelblüten mit verschiedenen Durchmessern die Aufmerksamkeit der Messebesucher. Einen Stand weiter entdeckt man elegantes Beige mit Velours versetzt, das unaufdringlich einen Hauch des modischen Nude-Looks ins Wohnzimmer zaubert oder feine naturalistische Motive, die an den englischen Landhausstil erinnern.

Die Tapeten von heute sind so vielfältig wie ihre Käufer. «Tapeten unterstreichen oft den persönlichen Charakter – wie Kleider, die man anzieht», sagt Hansruedi Kaufmann. «Man kann damit eine gewisse Extravaganz demonstrieren», weiss Brigitta Weber, Inhaberin von Hurter Tapeten in Winterthur. Die Tapete als Mittel der Selbstdarstellung zuzusagen.

ZULETZT WAR DIE Tapete Anfang der 70er-Jahre en vogue. Damals blühten in den Wohnungen orangebraune Musterorgien auf. In den nachfolgenden Jahren aber wurden die psychedelischen Ornamente durch ein strenges Diktat des Raufaser- und Sichtbetonpuritanismus vertrieben. Bis dann vor ein paar Jahren Hotels, Restaurants und Bars die Tapeten mit auffallendem, üppigem Dekor wiederentdeckten. Und der eine oder andere bekam wieder Lust, dieses Gestaltungselement in die eigenen vier Wände zu bringen. Nicht mehr als ironisches Spiel auf die Dekorationssünden der Eltern, sondern mit einer neuen Ernsthaftigkeit. Spassmotive wie die Single-Tapete mit aufgedrucktem Mitbewohner haben erst mal ausgedient.

VIELMEHR KEHRT mit dem Trend nach bürgerlicher Behaglichkeit auch der Wunsch nach handwerklich gefertigten, hochwertigen Produkten zurück, wie Brigitta Weber feststellt. Das sind nicht nur handbedruckte, handbemalte oder gar von Hand bestickte Tapeten, sondern auch solche mit individuellen digitalen Mustern.

Schliesslich werden Tapeten nicht länger als zurückhaltender Hinter-



WANDILLUSIONEN Die Tapete von Cole & Son aus England spielt mit der Technik des Toile de Jouy. HO

grund für die Einrichtung verwendet, sie dürfen selbst zum Blickfang werden und auffallen – am ihnen zugewiesenen Platz freilich. Deshalb setzt man sie auch nicht zwangsläufig für den ganzen Wohnraum ein. «Je dominanter die Tapete, desto reduzierter sollte man damit umgehen», lautet Hansruedi Kaufmanns Faustregel. Mit einzelnen Musterbahnen, senkrecht oder auch waagrecht geklebt, lassen sich perfekte Akzente setzen.

Zumal Wandgestaltung auch bei Künstlern angesagt ist, die heute keine Scheu mehr haben, nebenher mal eine Tapete zu entwerfen. So wird denn auch kräftig mit grossen Namen die Werbetrommel geschüttelt. Neuestes Beispiel ist die Architektin Zaha Hadid, die für Marburg Wallcoverings eine Tapete gestaltet hat. Grosse Luft-

oder Wasserblasen, die sich verdichten und auseinanderdriften, setzt sie bei Cellular ein, organische Formen, die gleichermassen Ruhe und Dynamik ausstrahlen, bei Elastika. Auch Vivienne Westwood hat sich als Tapeten-gestalterin für den englischen Hersteller Cole & Son versucht. Dabei liess sie sich von ihren früheren Modekollektionen inspirieren, wie eine von Wind und Wetter geprägte Union Jack oder dem typischen Schottenmuster Trompe-l'Œil, das plötzlich fast dreidimensional an der Wand prangt.

GEHÖRT DER TAPETE also die Zukunft? «Die Schweiz ist ein Land der Mieter», meint dazu Tapetenexpertin Brigitta Weber. Deshalb ist es nicht immer einfach, den Vermieter von dieser Art Wandschmuck zu überzeu-

gen. «Doch nichts verändert einen Raum schneller als eine Tapete.» Ganz pragmatisch sieht es Petra Schmidt, Herausgeberin des Buches «Patterns. Muster in Design, Kunst und Architektur»: «Viele, die ihre Möbel preiswert bei Ikea kaufen, setzen mit Tapeten Akzente und markieren so trotz der Möblierung aus Massenproduktion ihr individuelles «Heimatgefühl.»

Weil heute der Grossteil der Tapeten aus Cellulose-Vlies ist, kann man auch mal selbst Hand anlegen beim Verschönern seiner Wände. «Der Vorteil ist, dass diese Tapeten direkt auf die eingeleistete Wand geklebt werden und wieder einfach abziehbar sind», erläutert Kaufmann, der die Homepage www.tapetenforum.ch betreibt. Schliesslich will man ja nicht ewig mit dem gleichen Muster leben.

entkorkt



Flüssiges Gold

Wir stecken ja noch immer mitten im Januarloch, und da hat es wirklich keinen Platz für Luxusweine wie den hier vorgestellten Ruster Ausbruch. Aber warum sollen wir uns eigentlich nicht etwas Gutes gönnen in diesen nasskalten, trüben Wintertagen, wo wir es am nötigsten haben? Die einfachen, süffigen Weine können wir uns getrost für den Sommer aufheben. Heute öffne ich ein kleines Fläschchen goldenen Weins, das mir die Ruster Spitzenwinzer Inge und Hans Feiler anlässlich einer Präsentation der Renom-

mierten Weingüter Burgenland (www.rwb.at) in Zürich vor zwei Monaten geschenkt hatten. Es handelt sich um einen so genannten Ausbruchwein, der früher derart teuer gewesen sein soll, dass sich ihn nur Kaiser und Könige leisten konnten. So war es auch möglich, dass sich die Ruster 1681 von Kaiser Leopold I. das Recht einer königlichen Freistadt mit viel Geld und nicht weniger als zehn Jah-resernten Ausbruch erkaufen konnten. Ruster Ausbruch stammt ausschliesslich von edelfaulen, mit dem Pilz Botrytis cinerea befallenen Trauben aus den hügeligen Weingärten von Rust am Neusiedlersee. Gelesen wird in mehreren Durchgängen, wobei immer nur die rosinenartig geschrumpften Beeren aus den Trauben «ausgebrochen» werden. Das aufwändige Leseverfahren und der niedrige Ertrag infolge des Wasserverlustes in den Trauben-beeren erklären den hohen Preis. Der **Ruster Ausbruch Pinot Cuvée 2007** leuchtet in hellem Goldgelb, verströmt intensive Aromen von reifen Birnen, Dörraprikosen, Honig, Biskuit mit Botrytisnoten und besitzt einen verführerisch vollen Körper mit präsender Säure und markanter Restsüsse im unendlich langen Abgang. Er ist ein sehr eleganter, sinnlicher Wein, der einen mit seinem raffinierten Süsse-Säure-Spiel betört. Schmecken tut er schon jetzt in seiner Jugend, aber mit seinem fast unbeschränkten Alterungspotenzial wird er auch noch in Jahrzehnten gefallen. Wer einige Fläschchen Ruster Ausbruch kauft, investiert sein Geld also gut. Fast möchte man sagen, eine Anlage so sicher wie Gold: flüssiges Gold eben. ANDREAS KELLER

RUSTER AUSBRUCH PINOT CUVÉE 2007

Produzent Weingut Feiler-Artinger, Rust (A)
Herkunft Neusiedlersee-Hügelland, Burgenland
Rebsorten Pinot blanc, Pinot gris, Chardonnay, Neuburger
Beste Trinkreife jetzt bis 2050
Passende Gerichte Blauschimmelkäse, Apfelkuchen
Bewertung 19 Punkte
Bezugsquelle Jeggli Weine, Sonnhaldenweg 1, 8107 Buchs ZH, Tel. 044 844 37 47, www.jeggliweine.ch, Fr. 42.50 (37,5 cl)

Mann gibt sich markant

Im kommenden Winter trägt der Mann Pelz, breite Schultern, schwere Stiefel – und klassische Haartolle, wie auf den Laufstegen in Mailand zu sehen ist.

CLAUDIO MORO

Sachlicher Romantiker, kompromissbereiter Rebell, bodenständiger Science-Fiction-Liebhaber, borstiger Langweiler, glamourstüchtiger Narziss, unbeholfener Dandy oder besorgter Individualist – die Herrenmode des kommenden Winters lässt überraschende Widersprüche aufblühen. Dieser Eindruck bleibt von der Mailänder Modehalbwache für den Herbst/Winter 2010/2011 zurück, die vor wenigen Tagen zu Ende ging. Die Auswahl an vorgestellten männlichen Stereotypen war breit, sehr breit. Viele sind Altbekannte. Dennoch irritiert etwas: Sie wollen nicht so richtig ins Bild passen, das man von ihnen hat. Das vermittelte Bild bleibt unvollständig, unscharf und unfertig.

Zum Beispiel das rebellische Element: Bottega Veneta versucht es mit Stilbezügen zur Rockabilly-Szene. Leichte Kampfstiefel, klassische Haartolle und 50er-Jahre-Hemd. Was stört, ist aber die wunderbar sitzende leichte Jeans. Harte Jungs mit weichem Stoff – eine Verbindung, die nicht wirklich überzeugt. Wenig überzeugend auch die Rocker-Entwürfe von Neil Barrett oder John Varvatos. Sie setzen auf die Karte Leder und Schwarz. Ob dies reicht, um den starken Mann zu markieren sowie dem rockigen Lifestyle zu frönen, ist fraglich.

AUCH TRENDLABEL DSquared2 konnte für einmal nicht trumpfen. Seine Rebellen schmücken sich zwar mit um-

die Hüften liegenden Ketten, mit abgetragenen Jeans und Lederhandschuhen, aber bleibenden Eindruck hinterlässt man damit kaum.

Mit einer Prise Avantgarde und Uniformstil versuchen es Labels wie Gianfranco Ferré oder Burberry Prorsum. Das Rebellische arbeiten sie beispielsweise mit einem Gürtel über grosszügig geschnittene Uniformmäntel und Jacketts heraus. Unkonventionell sieht dies allemal aus, aber reicht das wirklich, um männlich-rebellisch zu wirken?

Freilich. Es gab auch Labels, die inmitten dieser Widersprüchlichkeit überzeugten. Ihr Geheimnis: Sie sagten sich von solchen Stereotypen los und besannen sich auf ihre Tradition. Weiche Rollkragenpullover, en-

ge Samthosen, gedämpfte Nachtfarben, Loafer und eine Umhängetasche in Beutelform. Mit diesen fünf Grundelementen knüpfte Gucci an seine Glamourgeschichte an. Prada schlägt Minipullover, klare Cremetöne und sehr einfach gehaltene Mäntel mit XXL-Ärmellängen vor. Ein weiterer Beweis, dass Miuccia Prada zurzeit die Modedesignbühne prägt wie nur ganz wenige.

FAZIT: Trendmässig wird der kommende Winter kaum frischen Wind in die Herrensardrobe bringen. Es scheint, dass die bedeutenden Modehäuser noch zu stark mit den Folgen der Krise beschäftigt sind. Zumindest im Kopf.



Im Rockabilly-Look: Wintermode fürs nächste Jahr von Bottega Veneta.

aktuell

Schlemmen und qualmen

Die «Davidoff Tour Gastronomie» geht wieder auf Tour. Spitzengastronomie gepaart mit exklusiven Weinen, Cognac und feinen Zigarren stehen in verschiedenen Erstklasslokalen auf dem Programm. Die kulinarische Reise, bei der lustvoll gequalmt werden darf, führt von Genf über Bad Ragaz nach Graubünden und auf den Zürichsee. Infos: www.davidoff.com (sc)

Nun gehts Männern an die Haare

Ihre Haarpflegeprodukte sind zwar teuer, dafür effizient. Nun lanciert die deutsche Starfriseurin Marlies Möller auch ein Haarpflegesystem für Männer. Shampoo, Serum und Gel aus Schweizer Apfelstammzell-Extrakten, stimulierenden Peptiden und Energie spendenden Aminosäuren sollen für dichtes, kräftiges und vitales Haar sorgen. Erhältlich im Fachhandel ab Ende Januar ab Fr. 30.–. (sc)