

Foto: Nette+Hartmann



Foto: Murals Wallpaper



# Wände mit Wow-Effekt

Für Einzelhandelsgeschäfte wird ein individueller, emotionsgeladener Auftritt immer wichtiger. Wie lässt sich dieser besser realisieren als über das Storedesign. Außergewöhnliche Wandgestaltungen leisten hier einen wichtigen Beitrag.

von Stefanie Hütz

Freiberg in Sachsen war einstmals eine Silberminen-Stadt. Diese Historie greift Intersport Noack in Freiberg auf – zum Beispiel an den Wänden der Umkleidekabinen, die in diesem Fall „Stollen“ heißen. Die Tapeten verbreiten Minen-Atmosphäre. Schlaghammer dienen als Kabinenhaken. Das Projekt der Nette+Hartmann Innenarchitekten aus Hamburg ist ein Beispiel, wie Shopflächen mithilfe besonderer Wandgestaltung Einzigartigkeit erzielen können. Mittels Tapeten lässt sich dieses vergleichsweise kostengünstig erreichen, wobei Jutta Nette noch lieber mit natürlichen Materialien arbeitet. So wie bei Sneaxs in Lübeck, wo die Fokuswand aus original gemauerten Klinkern auf einer aufgetragenen Putzfläche besteht.

Auch Oliver Metz-Gebhardt, Inhaber der Agentur Agents4Design aus Ober-Ramstadt, stellt eine steigende Nachfrage „nach echten, außergewöhnlichen und zunehmend bewusst nachhaltigen Materialien für den Wand-Einsatz“ fest. Zu den Highlights seines Agentur-Portfolios zählen Wand-Panele der niederländischen Wonderwall Studios, die aus recyceltem Holz handgefertigt werden. Dabei kommen Hölzer von Abbruch-Häusern, alten Eisenbahnschwellen oder Böden zum Einsatz – wie gemacht

fürs Storytelling. Eine weitere aufmerksamkeitsstarke Variante, auf die Oliver Metz-Gebhardt verweist, sind mit Büffelleder von Alpenberg Leather verkleidete Wände. Die Häute stammen, so wird versichert, aus artgerechter Tierhaltung und sind ein unverwertetes Nebenprodukt der fleischverarbeitenden Industrie. Sie werden mit pflanzlichen Hilfsstoffen gegerbt, gefärbt und veredelt.

## Trendthema Tapete

Aber gerade auch bei Tapeten hat sich viel getan, mit Tapeten lassen sich Räume sehr schnell komplett wandeln. Murals Wallpaper aus dem britischen Liverpool hat Strick-Motive im Sortiment, die äußerst authentisch und dreidimensional wirken.

„Imitate sind ein aktueller Tapetentrend. Leder, Holz, Glas, Stoff, Gras, Kork, Beton oder Fell werden in einer sehr guten Qualität nachgeahmt“, sagt Carsten Malz, Geschäftsführer der Tapeten Agentur aus Köln. Das Unternehmen arbeitet bei zahlreichen Einzelhändlern an der visuellen Gestaltung mit und liefert die jeweils passenden Tapeten. „Dabei können wir aus dem Vollen schöpfen. Die Auswahl ist inzwischen äußerst





Foto: Wondervall Studios

**Bild ganz links:** Sneaxs in Lübeck schafft authentische Atmosphäre mit echtem gemauertem Klinker an der Wand  
**Bild links Mitte:** Da hat Oma aber große Nadeln benutzt. Überdimensionale Strickmuster als Tapete an der Wand sind der letzte Schrei aus England

**Bild links:** Wandpaneel, handgefertigt aus recyceltem Holz  
**Bild links unten:** Die „Chamäleon Beads“ ändern ihre Farbe abhängig vom Standort des Betrachters

**Bild unten Mitte:** Der Frankfurter Interior-Design-Store Sugar & Glory präsentiert sich exotisch mit einer Tapete von Cole & Son

**Bild unten:** Die Kaminrückwand der Kaffeebar in diesem Mode-Store ist mit Paneelen aus Büffelleder gestaltet



Foto: Welter Manufaktur für Wandunikate



Foto: Sugar &amp; Glory

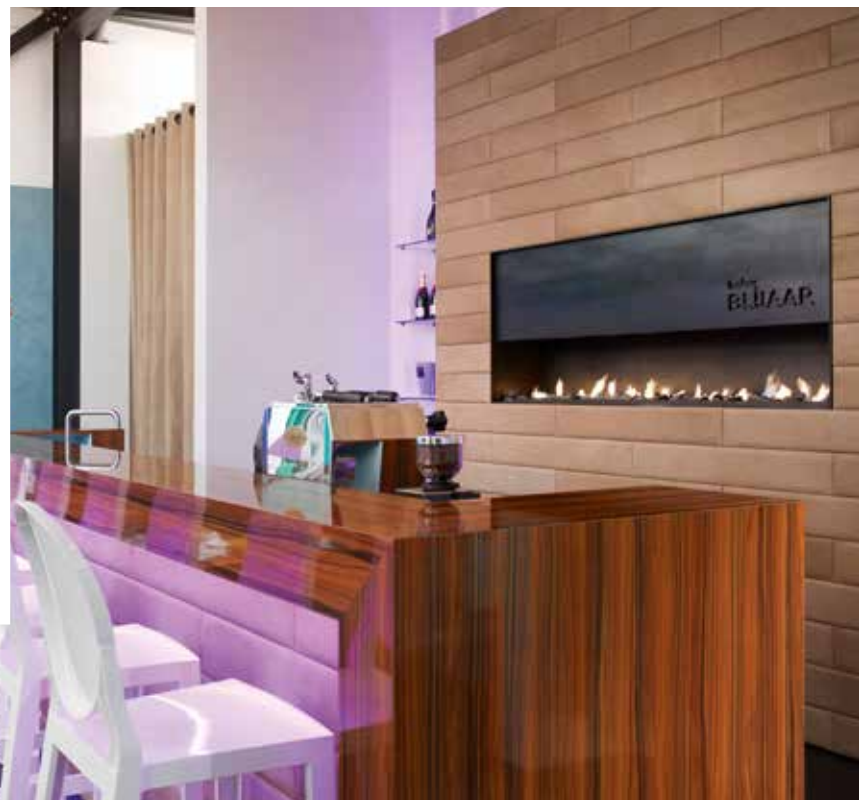


Foto: Alphenberg Leather

vielfältig. Egal, welcher Stil oder welche Anmutung gewünscht ist, wir können das passende Produkt finden – und wenn es aus Australien kommt.“ Darüber hinaus sind individuell angefertigte Tapeten eine Option. „Durch den Digitaldruck sind wir in der Lage, fast jede Vorlage als Tapete umzusetzen, inklusive Brandschutz-Zertifikat“, so Mals. Auch bei Murals Wallpaper liegt Individualisierung im Trend. „Unser Kundenservice-Team unterstützt bei jedem Schritt und fertigt die Designs nach Maß“, so das Unternehmen.

### Flora und Fauna

Die Welter Manufaktur für Wandunikate aus Berlin stellt Tapeten und Wand-Paneele in Handarbeit her – darunter auch individuelle, maßgefertigte Kleinserien. Zu den Kunden zählen Chanel, Dior, Galeries Lafayette und auch Peek & Cloppenburg. Mal werden die Wandkleider mit Blattgold überzogen, versilbert, mit Glaskristallen beschichtet oder mit Porzellanmehl bestäubt. „Zusammen mit den Architekturabteilungen entwickeln wir budgetabhängig die perfekte Tapete, um die Ware optimal ins Licht zu rücken“, sagt Inhaber Ulrich Welter.

Cole & Son Wallpapers aus London hat als Antwort auf die steigende Nachfrage aus dem Einzelhandel eine „Contract Collection“ lanciert. Die Vlies-Tapeten und das speziell entwickelte Vinyl zeichnen sich, so heißt es, durch extreme Haltbarkeit aus, ohne Beeinträchtigung der Designs, die zunehmend expressiv sind. Flora und Fauna zum Beispiel spielen eine große Rolle.

„Nachdem in den letzten Jahren Glimmer und Glanz gefragt war, werden die Flächen heute deutlich matter und archaischer. Dreidimensionale Oberflächen sind sehr beliebt, und Farbe kehrt wieder zurück“, beschreibt Ulrich Welter die aktuelle Entwicklung. „Pink ist das neue Schwarz“, ist seitens Murals Wallpaper zu hören, wo auch Lila und Rosa hoch gehandelt werden – und das längst nicht nur bei weiblicher Klientel. Außerdem seien Designs in malerischem Stil beliebt als handwerklicher Kontrapunkt im digitalen Zeitalter. Ein spannender Store-Auftritt scheint angesichts dieser Auswahl garantiert, wobei Innenarchitektin Jutta Nette mahnt: „Hingucker-Wände sollten Raum zum Wirken haben, am besten als Fokuspunkte der jeweiligen Blickachsen.“

redaktion@ehi.org