



Das Sein im Interieur

Trends auf der 50. Heimtextil 2020

2020 feierte die Heimtextil ihr 50. Jubiläum. Rund 3000 internationale Aussteller präsentieren in Frankfurt am Main ihre Neuheiten. Im Trend Space in Halle 3 konnten Besucher und Aussteller eine Fülle von Materialinnovationen, Farbtrends und Design-Neuheiten, aber auch nachhaltige Produkte kennenlernen. Bei den Tapeten geht der Trend zur Klassik, modern interpretiert. Die Farben und Dessins sind eher zurückhaltend. Viele Dessins schwelgen im „Jungle fever“, beliebt sind auch Ethno-Motive oder dezente Animalprints. Nachfolgend ein kleiner Streifzug über die diesjährige Heimtextil mit neuen Kollektionen und Trends.

Sechs Wohntrends für 2020 sieht beispielsweise Erismann: 1. „Modern Glam“ – ein Wohnstil mit Extravaganz, Glamour und Eleganz mit viel Gold, Silber und Dunkelgrün. 2. „Slow Living“ versucht mit hellen Naturtönen, hellen Hölzern und natürlichen Materialien die Langsamkeit des Seins im Interieur widerzuspiegeln. 3. Bei „More Dimension“ werden 3D-Effekte mit natürlichen asiatischen oder skandinavischen Materialien kombiniert. 4. „Soft Pas-

tels“ – Pastelltöne sorgen für eine sanfte Gelassenheit. 5. Bei „New Ethno“ findet man einen Mix aus arabischen, asiatischen und vor allem afrikanischen Elementen, die völlig neu zusammengesetzt werden. Er ist offener, pur, aber auch moderner, raffinierter und mondäner als je zuvor. 6. „IT-Pieces“ sind angesagte Stücke – ob Mode, Accessoires oder Interieur –, bei denen meist knallige Farben und auffällige Motive miteinander kombiniert werden.

„Als Design-Schau erfindet sich die Heimtextil immer wieder neu, präsentiert heute wie damals den State of the Art in Sachen Wohntrends und macht die Einrichtungsthemen von morgen erlebbar.“

Detlef Braun, Geschäftsführer der Messe Frankfurt.

◀ **Horus II-Kollektion von Marburg**
– jede Tapete ein Unikat. Dabei
reicht das Spektrum von schillernden
Blau-Variationen über kräftige
Lila-Gelb-Kontraste bis zu edlen
Non-Colors. (Foto: Marburg)

Rasch sieht vier Trends bei den Tapeten: 1. Natur, 2. Klassiker, 3. Moderne und 4. Culture. „Natur-Typen“ möchten Motive der Natur in ihre Wohnung bringen, Klassik-Fans bevorzugen traditionelle Muster und Farben, die Anhänger der Moderne schätzen selbstbewusste Statements. Fans von „Culture“ träumen von fernen Ländern, exotischen Orten und Abenteuern auf der ganzen Welt.

Marburger Tapetenfabrik

175 Jahre Marburger Tapetenfabrik – neuer Designer – neuer Stand. So könnte man es auf den Punkt bringen. Den Stand hat Felix Diener, seit Juli 2019 neuer Art Director, neu gestaltet. Eyecatcher sind zwei Tunnel, die mit einer Kombination von hochwertiger Tapete und LED (squareLED) die innovativen Möglichkeiten des Unternehmens visualisieren sollen. Bis zu 7 x 7 LED-Leuchten können auf jede Tapete montiert werden – entweder einzeln oder z.B. als Schachbrettmuster, erläutert Katharina Eitel, Assistentin der Geschäftsführung. 42 000 tapezierte LEDs haben den Stand erstrahlen lassen. Für Maler bietet das Unternehmen spezielle Seminare an. Die Tunnel bieten Raum für Treffen und Gespräche – an langer Tafel statt an Einzeltischen. An der



Familienbetrieb: Katharina und Paul Eitel von der Marburger Tapetenfabrik, die ihr 175. Jubiläum feiert.



Barbara Schöneberger mit unserer Autorin Martina Noltemeyer auf der weißen Rasch-Couch

Dschungel-Flair mit „Club Botanique“ des Amsterdamer Studios Onzelf von Rasch

Stirnseite ein augenfälliges Motiv, das im neuartigen Digitaldruck in Rotation entsteht.

„Memento“ nennt Felix Diener seine Produkt-Premiere für Marburg. Tiger, Steppengras und Ikat-Muster verleihen dem Ambiente neben einem Hauch Abenteuer und fremden Ländern auch haptische Anreize mit applizierten kleinen Perlen und feinen Körnungen mit Perlmutt-Effekt.

Echte Tapeten-Unikate stellt die luxuriöse „Horus II-Kollektion“ bereit. Rost und Schlagmetall, Perlmutt-Effekte und metallischer Glanz, Original-Blüten und -Blätter tragen – in Deutschland handgefertigt – Einzigartigkeit ins Interieur. Diese Tapeten lassen sich ansehen, fühlen und in einem Fall sogar riechen. Abgerundet werden die Neuheiten von „Modernista“, einer Hommage an die „Goldenen Zwanzigerjahre“, hergestellt im Heißprägeverfahren.



Rasch

Für ein Highlight sorgte der Auftritt der Fernsehmoderatorin Barbara Schöneberger, die mit der „Barbara Home Collection II“ ihre 2. Kollektion präsentierte. Dabei ließ sich Barbara von ihren Lieblingsstücken wie einem Patchworkmantel oder einem Vintage-Teppich inspirieren. Auch Bananenblätter dürfen nicht fehlen. „Um es sich zu Hause schön zu machen, sind Tapeten ein beliebtes Mittel. Hiermit kann man Zimmer immer wieder neu gestalten. Jede Kollektion wird besser, Barbara hat viele neue Ideen“, so Geschäftsführer Frederick Dr. Rasch beim Interview auf dem weißen Sofa.



Ann-Kathrin Engler, Marketing (links), und Heidi Klimza, Online-Marketingmanagerin von Rasch

Die Kollektion „Highlands“ schlängelt sich mit sanften Animalprints durch Wohnzimmer, Flure und Küchen. Schimmernd und changierend kommen die Dessins wie Schlangenleder, Lachshaut, Korallen und edle Federn in Dunkelrot und Petrol gut heraus. „Jedes Colorit hat eine ganz andere Wirkung, der sich durch den Vlies-Direktdruck sehr gut entfaltet“, so Marketing Managerin Anna Schmidt. Auch die Tapeten „Club Botanique“ des Amsterdamer Studios Onself ziehen Blicke auf sich: Die Kollektion sorgt mit digital gedruckten, geometrischen Retro-Formen, filigranen Pfauenfedern oder gold-glänzenden Streifen für ein Aha-Erlebnis. Die Farben reichen von minimalistischem Schwarz-Weiß über ein leuchtendes Grün bis hin zu einem Puderrosa. Für botanisches Flair sorgen tropische Palmen und Blüten. Mit „Kerala“ zieht ein orientalischer India-Stil in die Zimmer ein. Sinnlich weiche Tapeten greifen edle Materialien wie Messing, Perlmutter oder dunkles Silber auf. Im Mittelpunkt von „Finca“ finden Natursteinmotive in unterschiedlichen Nuancen, zartem Schimmer und dem Charme mediterraner Oasen ins Haus.

Erismann

Die neue Premiumkollektion „Carat“ von Erismann glänzt mit eleganten,



Silvia Reddmann (links), Leitung Marketing / Kommunikation von Erismann, und Andrea Jahr von Konfetti-Kommunikation (Fotos: Noltemeier)

zeitlos schönen Wanddekors und setzt unter dem Label „Deluxe“ auf Stil, Exklusivität und schillernde Effekte. Die hochwertige Prägung spielt mit dem Licht und lässt die Tapeten wie Diamanten funkeln. Motive sind kunstvoll stilisierte Dreiecke mit luxuriösen Glanzeffekten, ein grafisches Muster auf edel glänzendem Fond, ein Wellenmotiv und rankenförmig arrangierte Ginkgoblätter.

Veredelte Details, glamouröse Natürlichkeit sowie raffinierte Muster verleihen der Kollektion „Timeless“ eine ausdrucksstarke Eleganz. Ob gradliniger 3D-Look oder verspielte Kreise im Ethnostil – in Kombination mit den introvertierten Farbwelten der Kollektion wirken die Motive anmutig und vielschichtig. Die Liebe zum Detail spiegelt sich auch in einem filigranen Blattmuster wider, welches durch seinen Bambuslook einen Hauch Exotik an die Wand zaubert. Luftig leicht wirken die zarten Blätter.

Gut kommt „Fashion for Walls“ an – die neue Designerkollektion von Deutschlands Stardesigner Guido Maria Kretschmer in Zusammenarbeit mit Erismann Tapeten, berichtet Silvia Reddmann, Leiterin Marketing/Kommunikation. Inspiriert von der Welt der Mode bietet die Kollektion acht Tapetendessins. Der Designer setzt auf unterschiedliche Themen, die Inspiration für jeden Geschmack und jeden Wohnstil bieten. Motive: ein Grafikmotiv, das an gefaltetes Metall erinnert, ein elegantes Blattmotiv aus organischen Formen und 3D-Effekten, eine innovative Prägung mit Gold- und Glimmereffekten. Einen Hauch Retro versprüht das dynamische Wellenmotiv. Stilisierte Palmenblätter, geschickt angeordnete Glimmerstrukturen mit edlem Mattglanz-Effekt und zwei feminine florale Designs mit prachtvollen Pfingstrosen und zarten Blütenranken vervollständigen die Kollektion. Vorgestellt wurden auch die Kollektionen „Bali“ mit großzügigen Blattmotiven, Ornamentmuster und harten grafischen Mustern, Wellen und Blüten sowie „Trésor“, eine Kollektion, die Natürlichkeit und Eleganz verbindet.

Grandeco

Ein echter Hingucker auf dem Stand von Grandeco aus Belgien sind die Tapeten, die in Zusammenarbeit mit der für ihre Entwürfe für Christian Dior und Jean-Paul Gaultier bekannten Designerin Karin Sajo entstan-



Die Heimtextil feierte ihr 50. Jubiläum.



Katrien Van Hecke, Marketing Manager Grandeco, vor einer Tapete der Designerin Karin Sajo

den sind. Ihre Kollektion vereint zwei Inspirationsquellen: das Leben an Land und auf See, erzählt Katrien Van Hecke, Marketing Manager Grandeco. Das Design „Pétales de nacre“: eine grüne Tapete mit dreidimensionalen Blumen, die mit ihrer besonderen Prägung wie ein edler Stoff wirkt. „Lames de corail“: Korallenmuster auf reliefartigem Papier mit winzigen Glasperlen; „La Riviera“ Collage aus gegenständlichen Motiven.



Der Trend-Space in Halle 3 lieferte einen Überblick über aktuelle Marktentwicklungen.



Im Frühjahr kommt auch „Plains + Murals“, die neue Grandeco Wall-Fashion-Kollektion, auf den Markt. Sie kombiniert atmosphärisch anmutende Digitaldrucke mit Unis mit Textilstrukturen. Motive sind Pflanzen und Blumen und ein alter Teppich. In „Universe“ sind 106cm breite Tape-

ten enthalten, die textile Strukturen und frische Muster zeigen und die schön kombiniert werden können. „Christel“ hingegen nähert sich auf moderne Weise mit kühlen Farben dem klassischen Chevron-Muster (Fischgrätmuster) an. „Jungle Fever“ greift die beliebten tropischen und ethnischen Muster auf und die junge, hippe Kollektion „Gravitiy“ thematisiert das Zeitgeistthema Weltraum.

Komar

Größer und luftiger präsentierte sich Komar auf der Heimtextil. Das Motiv „Golden Koi“ wurde für das Trendscouting von der AIT nominiert. „Raw“ ist die neue Fototapeten-Kollektion und zugleich eine Reise durch elegante Welten mit einer Fokussierung auf das Wesentliche: minimalistischer Luxus, reduzierte Farbgebung und filigrane Ornamente. „Mal glamourös und extravagant, mal detailliert, mal minimalistisch und unkonventionell“, heißt es in „Raw – Wanddesigns for your lifestyle“. Stilvolle, feine Muster, natürliche Elemente, nostalgische Blumenmotive, fließende Designs in soften Pastellfarben oder fernöstliche Highlights schaffen ein ruhiges, entspanntes Raumambiente.

Es gibt fünf verschiedene Motive. „Subtle Botany“ präsentiert mystische Dschungel-Motive in leichten Pastellfarben, farbreduzierte Wälder mit orientalischem Vintage-Flair;

„Raw Walls“ bietet extravagante Motive, die mit feinen, dezenten Mustern zu einer aktuellen Sprache kombiniert werden; „Harmony Flow“ leichte Pastellfarben und zarte Perlen der Natur. „Delicat Bohemian“ wirkt unkonventionell und extravagant, aber dennoch natürlich. „Asian Ink“ glänzt mit asiatischen Elementen und schönen Details. „Immer wieder ein Renner sind die Disney-Kollektionen. Ganz aktuell bei Disney Edition IV Motive von „Frozen II“ sowie die Dauerbrenner von Starwars, König der Löwen, Princess&Co. Wir entwickeln uns immer weiter, greifen aktuelle Trends auf. Diese werden umgesetzt von unserem eigenen Designer im Haus“, so Marina Häusler (Marketing/Presse).



Marina Hausner, Marketing & Communications (links), und Geschäftsführerin Sabine Komar-Häusler am Messestand von Komar vor einer Tapete der Kollektion „Heritage“.



WWW.LACKDOSENÖFFNER.DE

Made in Solingen / Germany



Stand im modernen Klassik-Look
von Orac Decor®



Der italienische Architekt und Designer
Orio Tonini am Stand von Orac Decor®

ORAC

ORAC widmet sich dieses Jahr dem Thema „Tradition“. Den Stand zieren traditionelle Stuckmuster, neu interpretiert. Mit der New Classics-Kollektion werden die klassischen Einrichtungselemente von Orac Decor® in neuem Gewand präsentiert. Klassische Pracht und Palastdesigns lassen sich in Räumen verschiedener Größe realisieren. Die moderne Technologie und ein nachhaltiger Ansatz dienen als Grundlage für diese vielfach kombinierbaren neuen Klassiker. Orac Decor® hat in seinem „New Classics Guidebook“ nützliche Tipps und Tricks zusammengestellt.

Mit „Heritage“ und seinen großen, geschwungenen Stuckleisten wird die Höhe der Räume betont, intensive Farben kommen gut zur Geltung. Dank der vorgefertigten Autoire-Paneele erhält der Raum durch die Kombination von Noblesse-Stuckleisten mit einer hohen Wandleiste ein edles Aussehen. Eine LED-Beleuchtung kann integriert werden und sorgt für zusätzliche Effekte. „Manoir“ hat sich vom idyllischen Leben des Adels im Frankreich des 18. Jahrhunderts

inspirieren lassen – authentische, nostalgische Eckleisten. Die Sockelleisten bringen Einrichtungen mit 21 cm „auf die Höhe“. „Ba‘rock“ sorgt in Kombination mit einer traditionellen Dekoration für eine luxuriöse Ausstrahlung. „Chevron“ beruht auf dem Fischgrätenmuster aus klassischen Einrichtungen. „Eine hochwertige Tapete oder Putz, die entsprechende Farbe, kombiniert mit schönen Leisten schafft eine neue Wohnlichkeit in Räumen“, resümiert Michael Laudien, Vertriebsleiter Deutschland.

NMC

Besucher des Standes von NMC erwartete eine neue NOËL & MARQUET Kollektionslinie für eine hochwertige Produktpräsentation, ein digitales



Das Bild zeigt von links: Produktmanagerin Alexia Dejager, Michael Stuber, Gebietsleiter Süd, und Ruth Vanden Berghe (PR + Branding) von Orac Decor®.



Beratungs- und Gestaltungstool, einen Musterservice sowie neue kreative Gestaltungsideen. Mit NOËL & MARQUET, NMCs neue Profi-Marke, möchte das belgische Unternehmen seine strategische Neuausrichtung und Vision unterstreichen: vom reinen Profil-Hersteller hin zum modernen und trendsicheren Impulsgeber.

Die neue Kollektionslinie für Zierleisten besteht aus vier einzelnen Modulen: 1. Deckenleisten ARSTYL®, 2. Deckenleisten WALLSTYL®/NOMASTYL®, 3. Wandleisten & Sockelleisten, 4. Fassadengestaltung DOMOSTYL®. Das Sortiment der Decken, Wand- und Sockelleisten ist umfangreich. Um dem Kunden die Entscheidung zu vereinfachen, ist es möglich, kostenlose Musterexemplare in einer Größe von ca. 20 cm aus Belgien zu bestellen. Gezeigt wurde am Stand

das neue digitale Beratungs- und Gestaltungstool. Dazu wurde eine Software entwickelt, die unterschiedliche Gestaltungsmöglichkeiten in vorgefertigten Räumen visualisiert. Der Claim „Create Unique Living Spaces“ soll dem Handwerker Ermunterung und Aufforderung gleichzeitig sein, mit „NOËL & MARQUET – Design Elements“ einzigartige Wohn- und Lebensräume zum Wohlfühlen zu erschaffen. Im neuen Gesamtkatalog stehen zahlreiche Anregungen und Inspirationen für innovative Lösungen zur kreativen Raumgestaltung zur Verfügung.

PUFAS

Bei PUFAS gibt es ein neues Kreativprogramm. Crystal Finish Kristall-Effekt Dekor ist eine hochwertige, lösungsmittelfreie Effektbeschichtung in neun Farbtönen. Mit wenig Aufwand lassen sich einfach und schnell moderne, individuelle Oberflächengestaltungen mit echten Glasperlen und edlem Effekt für mineralische Untergründe, Dispersionsfarben und ähnliche Oberflächen gestalten. „Mit Crystal Finish“ kann man in nur einem Arbeitsgang interessante Wandgestaltungen herstellen – wie Glitzer-effekte oder bunte Akzente“, berich-



Adrian Smaza, Vertriebsleiter Deutschland, nmc Deutschland GmbH

tet Marketingleiterin Martina Sonne. Die Effekt-Dekore sind in den Varianten Creme, Solar, Satin, Brass, Iron, Pearl oder in Neonfarben erhältlich. Weitere Farben können durch das PUFAMIX/decomix abgetönt werden. Die Kollektion richtet sich an Endverbraucher und Maler. Gut kommen auch die Naturfarben „ProNatur“ an, hier gibt es Kalk-Mineralfarben, Lehm-Streichputze, Grundierungen und vieles mehr.

Herstellernachweis

Erismann & Cie. GmbH –
www.erismann.de

Grandeco –
www.grandecogroup.de

Komar Products GmbH –
www.komar.de

MARBURGER Tapetenfabrik –
www.marburg.com

NMC Deutschland GmbH –
www.nmc-dekowitz.de

Orac Decor –
www.oracdecor.com

PUFAS – die Malermarkte –
www.pufas.de

Tapetenfabrik Gebr. Rasch
 GmbH & Co. KG –
www.rasch.de

Martina Noltemeier

Freie Journalistin
 und PR-Beraterin,
 Darmstadt
www.noltemeier.com

