



magazin

Beigeheftet

Informationen für
Kleingewerbetreibende

Im Fokus

IHK-Aus- und
Weiterbildungspreis 2013

Veranstaltung

Russland-Konferenz
in Düsseldorf

Wachsen für die Wirtschaft

Die Bedeutung des Düsseldorfer
Flughafens für die regionale Wirtschaft.



IHK Düsseldorf, Ernst-Schneider-Platz 1, 40212 Düsseldorf
Adresse 10/35 in Bund 123 Paink. 13
W_001 BEZ700006 90001257352
Nicole Mahnel
Geschäftsführerin der
Fausel, Biskamp GmbH
Kasernenstr. 6
40213 Düsseldorf

Bild 1: Die Gründer und ihre Tapeten im Stammhaus am Shadow-Platz. Links im Bild Carl Fausel.

Bild 2: Blick in das heutige Geschäft in der Kasernenstraße.

Bild 3: Der „Punk of Interior-Design“, Geschäftsführer Marc Neise, auf seinem Lieblingssofa.

Als Erster importierte er Tapeten aus Italien, England und Frankreich. Was der Vater anfang, setzte Sohn Hans-Joachim Neise in den 1970er Jahren mit Esprit und Leidenschaft für Wandschmuck fort. Bis heute gilt er als der deutsche Pionier der Tapete. Mit ihm zogen Gras- und Seiden-Tapete in deutsche Wohnzimmer ein, und aus den USA brachte er die erste metallische mit. „Anfangs schüttelten alle den Kopf, doch später wurde unser Vater zu einer Art Guru der Wandgestaltung“, weiß Marc Neise. Während Fausel, Biskamp einen ungeahnten Aufschwung erlebte, rannte der kleine Junior unbeschwert durch meterlange Regale fünf Meter hoch voll mit Tapeten. Filialen in Essen, Krefeld, Frankfurt und Hamburg eröffneten, Verkaufsbüros ließen sich in Stuttgart und Wien nieder. Viele bedeutende, internationale Marken haben ihren europäischen Marktzugang den Neises zu verdanken. Die Familie brachte Marken wie Salubra, van Luit, Cole, Anya Larkin, Zuber und Farrow & Ball nach Deutschland.

Wider die Raufaser

Ogleich in den 1980er Jahren mit Macht die weiße Welle rollte und das Interesse an Tapete von der Raufaser verdrängt wurde, ging mit Nicole Neise (sie hat Interior-Design an der Parsons School in New York studiert) und Bruder Marc die dritte Generation an Bord. Und zwar bereits im neuen Haus an der Kasernenstraße.

Der Generationenwechsel gelang, das Credo lautete: Accessoires machen das Wohnen schöner, wobei Tapeten die kreativen Spielwiesen blieben. Sie handeln nicht nur international (vor allem USA, Großbritannien und den Niederlanden) mit luxuriösen Tapeten, edlen Handarbeiten in Seide, Metall, Gras und Textilgeweben. Sie stöbern auch in Archiven und graben alte Schätzchen aus. Vor allem jedoch entwickelt Marc Neise exklusiv eigene Produkte - ausdrucksstark, überaus sinnlich. Denn Ende der 1990er Jahre erkannte der heutige Geschäftsführer, dass die

Tapete ein Revival auf internationaler Ebene und auch in Deutschland erfahren könnte. Neise wusste, dass es an der Zeit war, erstmals in der Geschichte des Einrichtungshauses ein eigenes Design zu entwickeln. Sein Vater hinterließ ihm schließlich einen unglaublichen Schatz bestehend aus weltweit ansässigen Manufakturen, Herstellern und Kreativen. Er begann, das vorhandene Know-how und die Basis mit neuen Einflüssen zu kombinieren und vermarktet von nun an weltweit unter dem „fausel, biskamp private label“ seine Tapeten. Inzwischen sind es bereits rund 1.800 Artikel. Heute kauft Marc Neise zum Beispiel in den USA die Grundware, welche in Asien beschichtet und in Berlin veredelt wird. Oder sein Design wird in Italien gewebt und in Deutschland veredelt.

Wohlfühl-Wohnen

Der Erfolg gibt dem Vater von drei Kindern Recht, der dekorative Wandschmuck ist wieder da – vor allem bei jüngeren Leuten, weil Wohlfühl-Wohnen wieder in den Vordergrund rückt. Tapeten gehören zum guten Geschmack - allerdings in kleinsten Formaten wohlüberlegt und wohl dosiert eingesetzt. Am besten nur eine Zimmerwand tapezieren, sonst erschlägt einen das Dessin, empfiehlt der Wohnberater. Ausnahme: Miniräume wie Gästetoilette dürfen komplett bemustert werden. Gemeinsam mit zehn Mitarbeitern nimmt Marc Neise von der innenarchitektonischen Konzeption und Planung bis hin zu individuellen Detaillösungen alle Herausforderungen moderner Raum- und Wohnwünsche an. Das Repertoire an Möbeln, Stoffen, Mustern, Tapeten, Teppichen und Accessoires verbindet Welten über eine ganz bestimmte ikonische Handschrift. Neises Art der „Stil-Assemblage“ ist unverwechselbar, sehr edel und kreativ. In seinem Portfolio findet man Tapeten aus Blattgold, Seide oder mit Glasperlen beschichtet in vielen Mustern und mehrdimensionalen, haptischen Oberflächen, Stoffe von Hermès, Teppiche von Jan Kath, Möbel von vielen internationalen Designern – und natürlich von ihm selbst. Seine kreative Feinfühligkeit und seine Kenntnis der Möglichkeiten, mit der er für die Auftraggeber den idealen Stil zusammenstellt, beweisen nicht nur seine gewonnenen Auszeichnungen, sondern auch die zahlreichen Kunden, zu denen unter anderem Madonna gehört. Für die Pop-Queen hat er

eine Tapete gestaltet, die ihr Appartement in New York schmückt. In der aserbaidschanischen Botschaft in Baku finden sich seine Tapetenentwicklungen und in seiner Heimatstadt Düsseldorf hat er der Inhaberfamilie des Breidenbacher Hofes aus Kuwait die private Suite eingerichtet. In der Bibel des Designs, Andrew Martin Design Review 2013, ist Fausel, Biskamp als einer von zwei deutschen Einrichtern mit vier Seiten vertreten – gemeinsam mit seinem Berufskollegen Stephan Menn (Architekt).

Tapetenhistorie und Blick in die Zukunft

Daneben hat sich der kreative Unternehmer entschieden, die Tapetenhistorie des Unternehmens auszugliedern und die Exemplare auf sein Privatgrundstück zu verlagern. Er reichert die Sammlung immer weiter an – letzter Kauf war der Entwurf einer Velours Tapete von Schinkel, dem Chef-Architekten des preußischen Königs. Das kleine Museum von Marc Neise umfasst inzwischen 14.000 Exemplare.

Zum 125-jährigen Bestehen stellt Neise (er wird in der Branche gern als „Punk of Interior Design“ bezeichnet) den Absolventen der renommierten „Peter Behrens School of Architecture“ den Store an der Kasernenstraße für ein besonderes Jubiläumsprojekt zur Verfügung. Unter dem Titel „Wohnkultur von 1887 bis heute“ präsentieren die Nachwuchstalente ihre aktuellen Arbeiten und stellen sie in den Kontext zu historischen Highlights aus vergangenen Stilepochen. Auf die Art reflektieren sie auch die Entwicklung des Unternehmens Fausel, Biskamp. Denn eines ist Marc Neise als Fachhändler in der dritten Generation mit auf den Weg gegeben worden: Nicht nur die vergangenen, sondern auch neue Talente sind für die Zukunft wichtig.



DAGMAR HAAS-PILWAT
Die Düsseldorferin war bei der Rheinischen Post stellvertretende Leiterin im Ressort Lifestyle. Seit 2000 erscheinen ihre Reportagen und Interviews unter anderem in „WamS“, „RP“ und „Vogue“.



125 Jahre Fausel, Biskamp

In der dritten Generation ist das Unternehmen eine der ersten Adressen für Wohnkultur in Deutschland.



Text: DAGMAR HAAS-PILWAT
Fotos: FIRMENFOTOS

Als kleiner Junge ist er im glänzend-schwarzen Treppenhaus und in einem Wohnzimmer mit blattgoldener Decke, dazu braunem, Goldlurex durchwirktem Teppich aufgewachsen. „Unser Vater war eigenwillig und ausgesprochen progressiv, wenn es um Einrichtung und um Maßgeschneidertes für die Wand ging“, erinnert sich Marc Neise. Aber offenbar hatten die väterlichen Extravagan-

zen keine abschreckende Wirkung, denn erfolgreich führt der 48-Jährige in der dritten Generation das Unternehmen „Fausel, Biskamp“, eine der ersten Adressen für Wohnkultur in Deutschland mit Kunden weltweit.

Als vor 125 Jahren Carl Fausel und Friedrich Biskamp die Rheinische Tapetenmanufaktur im Stammhaus am Shadowplatz gründeten, errichteten die Amerikaner gerade die Freiheitsstatue. Ungeachtet aller Wirtschaftskrisen und Kriegswirren behaupteten sich die Firmengründer mit ei-

ner klaren visionären Ausrichtung und hatten dabei stets den aktuellen Zeitgeist rund ums Wohnen im Blick.

Guru der Wandgestaltung

1951 wagte dann der neue Chef, Hans Neise, den Schritt über die Landesgrenzen. Gegen den Trend traute er sich und europäisierte vom Rhein aus das Unternehmen: