



Die Geschwister Nicole und Marc Neise, hier mit Hund Bruno, führen ihr Geschäft in der dritten Generation

Tapeten für die ganze Welt

ÖFFENTLICH

■ International sind die Geschwister Neise im Einsatz: Für die Bäder im feinen Hotel Adlon in Berlin haben sie Blattgold-Tapeten entwickelt, im Kreml Bäder und Ankleidezimmer ausgestattet.

Trompe l'Oeil-Tapeten aus Düsseldorf kleben im Parkhotel Bremen. Ein Gestüt in Soltau wurde von der Seife im Gäste-WC bis zum Geschirr in den Jockey-Häusern eingerichtet.

PRIVAT

■ Die meisten Planungsaufträge und Ausstattungen sind jedoch für private Räume: Karl Lagerfeld zum Beispiel ließ sich eine bedruckte Streifen-Tapete von Fausel Biskamp anfertigen.



Tapetenmuster

Nicole und Marc Neise verkaufen in ihrem Düsseldorfer Geschäft edle Gewebe für die Wand. Der Stoff hat allerdings seinen Preis

Die Mustertapete ist zurück

Von Dagmar Haas-Pilwat

DAS BLATTGOLD WIRD von Hand auf die Seidengewebe gelegt und dann mit dem Pinsel angedrückt. Sechs Kilogramm Glasperlen werden zu einem Quadratmeter kostbarem Lurex-Wandbehang verarbeitet. Je nach Lichteinfall unterschiedlich schimmernde Grastapeten sind in Handarbeit mit metallischen Partikeln veredelt. Pro Meter kostet die edle Ware für die Wand ein paar hundert Euro und wird gern von reichen Russen oder betuchten Scheichs geordert.

„Der geklebte Luxus kennt nach oben keine Grenzen. Da kommt es nicht mehr darauf an, dass das Teuerste häufig die Kosten für den Maler sind“, sagt Marc Neise, der mit seiner Schwester Nicole in der Branche als stilsichere Spürnase für Tapetentrends gilt.

Jahrelang war sie als Inbegriff der Spießigkeit verpönt. Was nach Eiche rustikal und Häkeldeckchen klingt, ist jetzt der Trend in Sachen Einrichtung: Raufaser war gestern, die gemusterte Tapete ist in.

In ihrem eigenen Wohnzimmer glitzert hinterm Kamin eine Spiegelfolie verziert mit Kirschbaumblütenzweig. Im Schlafzimmer über dem Bett hat Nicole Neise feinste Seide in zartem Bambusgrün ausgesucht. „Ich liebe beruhigendes Grün und Tapete sowieso“, sagt die Unternehmerin. Die 44-Jährige Firmenchefin ist groß geworden mit Wandschmuck aus Papier. Denn schließlich gilt ihr Vater auf dem Gebiet als der deutsche Pionier.

Bereits in den 50er Jahren importierte er als Erster in Europa hochwertige Tapeten aus Asien. In den 70er Jahren brachte Hans-Joachim Neise, damals Chef des Einrichtungshauses Fausel Biskamp (1887 in Düsseldorf als Rheinisches Tapetenhaus gegründet), die Grastapete nach Deutschland und aus den USA die erste metallische.

„Wir sind als Kinder im glänzend-schwarzen Treppenhaus und in einem Wohnzimmer mit blattgoldener Decke sowie braunem, mit Goldlurex durchwirktem Teppich aufgewachsen“, erinnert sich Marc Neise an das Elternhaus. „Unser Vater war eigenwillig und ausgesprochen progressiv, wenn es um Einrichtung und um Maßgeschneidertes für die Wand ging.“

Aber offenbar hatten die väterlichen Extravaganzen keine abschreckende Wirkung, denn die Geschwister führen erfolgreich in der dritten Generation das Unternehmen, eine der ersten Adressen

für Wohnkultur in Deutschland mit Kunden weltweit.

Ihre kreativen Spielwiesen sind Tapeten. Und die sind stark im Kommen, vor allem bei jüngeren Leuten, weil Wohlfühl-Wohnen wieder in den Vordergrund rückt, erklären die Neises. Tapeten gehören heute zum guten Geschmack - allerdings in kleinsten Formaten wohlüberlegt und wohl dosiert eingesetzt. Am besten nur eine Zimmerwand tapezieren, sonst erschlägt einen das Design, sagen die Wohnberater. Ausnahme: Miniräu-

„Luxus bedeutet nicht Protz, sondern kann auch nur ein aufwendig gepolsterter Stuhl sein“

me wie die Gästetoilette dürfen komplett bemustert werden.

Die Düsseldorfer handeln nicht nur international (vor allem USA, Großbritannien und die Niederlande) mit luxuriösen Tapeten, edlen Handarbeiten in Seide, Metall, Gras und Textilgeweben. Sie stöbern auch in Archiven und graben alte Schätze aus. Vor allem jedoch entwickeln sie exklusiv eigene Produkte, die möglichst ausdrucksstark und sinnlich sein sollen.

Wer in ihren 800 Musterbüchern blättert, spürt, dass anders als Rauoder Glasfaser, die lediglich den Streichuntergrund liefert, richtige Wandkleider individuelle Gestaltungselemente sind. Bedruckt, beflockt oder bemalt, geprägt oder gestanzt schaffen sie Atmosphäre, beleben Räume, steigern die Lebensfreude. „Man muss auf die Kraft der Farben und Stoffe vertrauen“, betont Nicole Neise. Damit meint die gelernte Innenarchitektin keine Streublümchen, sondern große Formate und großen Stil.

„Der Trend zum weißen Anstrich ist gebrochen“, sagt der 41 Jahre alte Bruder. Denn mit Mustern, Prägedruckten, Metalltapeten im Gold- oder Silberlook, wildem 70er-Jahre-Stil, gemalten Szenarien im Biedermeier-Stil lassen sich Traumwelten besser bauen. Wobei der Spezialist für Wandschmuck wenig von den meisten digital hergestellten Effekten hält.

Die derzeit so beliebte Single-Tapete findet er scheußlich, auch wenn sie als ideale Mitbewohnerin

gehandelt wird. Deren Verkaufsstrategie funktioniert so: Der normale Mensch krümelt, hört laute Musik, hinterlässt Chaos in der Küche und will stets das falsche TV-Programm sehen. Mit der Single-Tapete hingegen gibt es morgens ein nettes Lächeln und keinen Ärger. Kleb' dir eine Traumfrau an die Wand und die Zeit der Selbstgespräche ist endgültig vorbei.

Da schwärmt Marc Neise, Vater von drei Töchtern, doch lieber von der Welter Wandmanufaktur in Berlin oder von Farrow & Ball. Es ist das einzige Unternehmen in Großbritannien, das noch nach traditioneller Methode arbeitet: Die Bahnen werden dort im Blockdruck mit Farben nach Originalrezepten aus feinsten Rohstoffen gedruckt. Der Meter kostet so leicht ein paar hundert Euro. Das Teuerste kommt derzeit übrigens aus Japan und ist mit reinem Blattgold belegt (3600 Euro pro Quadratmeter).

Geradezu günstig ist dagegen der Dekorations-Stoff, der zurzeit in dem amerikanischen Historienfilm „Marie Antoinette“ mitspielt. Natürlich haben die Neises Muster vom Modell „Versailles“, schließlich wollen die Kunden gern alles sehen und anfassen. Verständlich bei einem Meterpreis von 650 Euro. Was macht die Seide so kostbar? „Es ist der inzwischen fast ausgestorbene Kettendruck, mit dem die Farben speziell aufgedruckt und eingewebt werden“, sagt Expertin Nicole Neise.

Immer öfter werde nach solchen wertvollen Materialien gefragt: Ein kostbares Kissen im Retro-Druck, kuschelige Pelz-Plaids, Polster aus Velours-Bambus, eine lederbezogene Kommode, ein mit Marabouleder (Kordel) eingefasster Jacquard-Vorhang. „Wohnen und die Einkehr nach innen wird wieder kultiviert“, beobachten die Geschwister. Luxus bedeute nicht Protz, sondern könne durchaus auch ein einzelner aufwendig gepolsterter Stuhl sein.

In den trauten Wänden soll man kompromisslos seine Vorlieben ausleben, fordern die Neises. Sie sehen die Kunst von Einrichtungsexperten darin, das richtige Gespür für die Wünsche ihrer Kunden zu entwickeln. Die meisten von ihnen wollen keine computergezeichneten Entwürfe. Genauso wenig wie Nicole Neise: Ihre Planungen zeichnet und koloriert sie von Hand, bestückt sie mit Originalmustern, damit alles schön „griffig“ ist.

@ Infos im Internet unter: www.fauselbiskamp.de