

## Münchner Stoff Frühling Pures Textil- Vergnügen

Rund 2.500 Besucher (plus 17 %) kamen zum 22. Münchner Stoff Frühling (MSF). Das Showroom-Event konnte nicht nur mit stark inszenierten Textilkollektionen aus dem Premium-Segment aufwarten, sondern auch mit der von Designer Pascal Walter kuratierten „Be-mer-kens-wert 2.0“-Trendshow, einem tollen Rahmenprogramm und viel Sonnenschein. Der trug seinen Teil zur guten Branchen-Stimmung bei. Während die Möbel mit (Outdoor-) Bezugstoffen von Weißhäupl den Garten zum Wohnraum machen (o.), setzt die Kollektion „Nature & Poems“ von Création Baumann aufs Ursprüngliche und holt so die Natur ins Haus. „Wir sind mehr als zufrieden mit der hohen Anzahl und dem Niveau der Besucher“, so MSF-Vorstand Eberhard Müller. [www.stoff-fruehling.de](http://www.stoff-fruehling.de)



Rubelli

## Wandteppich – groß in Mode

Zur Biennale, die noch bis 24. November in Venedig stattfindet, zeigt das Museum für Textil-, Kostüm- und Parfümgeschichte im Palazzo Mocenigo die „Me and Fashion 1996-2018“-Einzelausstellung der Fotografin Brigitte Niedermair. Highlight dort ist ein Seiden-Lampras von Rubelli mit einem reproduzierten Motiv von ihr. In sechs Streifen wurde es Stück für Stück auf je sechs Meter Länge gewebt und per Hand zusammengenäht, um perfekte Übergänge zu erzielen. Jedes Teilstück besteht aus über 60.000 Schussfäden, das Gesamtgewicht beträgt 25 Kilo. [www.rubelli.com](http://www.rubelli.com)



Aktionsforum Tapete

## Nationale Werbekampagne kommt

Als wichtigen Schritt hin zu einer gemeinsamen Kampagne für die Tapete in Deutschland werteten die rund 100 Teilnehmer den „1. Tapeten-Gipfel“, zu dem das „Aktionsforum Tapete“ am 23. Mai nach Frankfurt geladen hatte. „Nun müssen den Konzepten und Plänen Taten folgen“, erklärte Karsten Brandt, Geschäftsführer des Verbandes der Deutschen Tapeten-Industrie. Geplant sind „Tapetenwochen“ – unter Einbeziehung vieler Markt-Player werden bestehende Werbemaßnahmen des Handels mit Slogan und Signet ergänzt, um den Werbedruck durch eine zeitliche Bündelung massiv zu erhöhen. Unterstützend dazu soll eine Basiskampagne für ein ganzjähriges „Grundrauschen“ sorgen. [www.tapeten.de](http://www.tapeten.de)



Marburger Tapetenfabrik  
„EinStein“

Es ist eine optische Täuschung mit hohem IQ: Wie Stein oder Beton, Bast oder Baumrinde muten die insgesamt 58 Dessins der „Platinum“-Kollektion von der Marburger Tapetenfabrik an. Um diesen Effekt zu erreichen, werden in die jeweils etwa 200 Grad heiße Farbe mit einer wassergekühlten Stahlwalze feinste Strukturen eingebracht. [www.marburg.com](http://www.marburg.com)