

Farbtrends für 2009

23.07.2008, 10:20 | Mode, Trends, Lifestyle

Pressemitteilung von: *Akzo Nobel Deco GmbH*

Presseagentur: *rheinfaktor - agentur für kommunikation gmbh*



Weckruf: Metallic Farben und Glamour-Elemente

Balance: Gegensätze ziehen uns an

Wie wohnen wir morgen? Mit welchen Farben umgeben wir uns? Die wichtigste Botschaft der Farbexperten des Farben- und Lackherstellers Akzo Nobel lautet: 2009 wird das Jahr der Balance! Lässigkeit kontrastiert mit strengen geometrischen Formen. Kräftige Farben und unerwartete Akzente beleben den Natur-Look. Glamour und Luxus treffen auf zeitlose Designs. Diese konträren Gestaltungstrends stehen nicht im Widerspruch zueinander. Im Gegenteil: Erst aus

dem kreativen Spiel mit Gegensätzen entstehen unerwartete neue Harmonien.

Köln, Juli 2008. Wir essen mittags Fast Food und speisen abends im Sterne-Restaurant. Wir kombinieren Flohmarkt-Fundstücke mit Designer-Outfits. Unsere Wohnräume gestalten wir mit natürlichen Tönen und Mustern. Aber erst eine bunte Plastikvase oder eine extravagante Wandgestaltung in Metallic machen das Bild perfekt. Wir unterwerfen uns keinem Trend, sondern spielen mit den Möglichkeiten. Indem wir Bekanntes immer wieder neu zusammenstellen und überraschende Entdeckungen hinzufügen, halten wir unsere ganz persönliche Balance zwischen konträren Stilen und gegenläufigen Trends.

Wir sehnen uns nach Ausgewogenheit, weil die Welt, in der wir leben, immer komplexer wird. Aber dennoch brauchen wir auch immer wieder etwas, das uns fordert und inspiriert – so lautet das Fazit des Analogue-Teams von Akzo Nobel. Das Team aus namhaften Designern, Architekten und Farbspezialisten versammelt sich alljährlich im Akzo Nobel Aesthetic Center, um in einem Workshop aktuelle gesellschaftliche, kulturelle und technologische Entwicklungen zu diskutieren und die neuesten Trends in der Farb- und Wohnraumgestaltung zu ermitteln. Als Megatrend für 2009 hat das Analogue-Team das Thema Balance ausgemacht: Wir suchen den Ausgleich zwischen Beruf und Privatleben, zwischen Alt und Jung, zwischen dem Natürlichen und dem Künstlichen. Auch in der Welt der Mode gibt es viele gegensätzliche Strömungen, die gleichberechtigt nebeneinander existieren. Auch hier geht es darum, die Gegensätze in Balance zu halten.

Im Grunde provoziert jeder Trend gleich wieder eine Gegenströmung. So führt die verbreitete zurückhaltende Raumgestaltung in sanften Tönen zu einer Neuentdeckung geometrischer Designs und klarer Farben. Das Faible für natürliche Farben, Muster und Stoffe weckt das Bedürfnis nach Unerwartetem, nach frischen, leuchtenden Farben, nach ironischen Akzenten, wo sie keiner vermuten würde. Und eine zeitlos-schlichte Raumgestaltung sucht dekorative Elemente, glänzende Oberflächen und funkelnde Akzente als ihren Widerpart. Zwanglosigkeit versus Geometrie, Bewusstheit versus Unerwartetes, Zeitlosigkeit versus Verzierungen – das sind die Trends, die ihre Balance suchen.

Zwanglosigkeit vs. Geometrie

Je mehr unser Leben von äußeren Entwicklungen bestimmt wird, desto mehr sehnen wir uns nach Individualität und versuchen, unserer Kleidung und unserem Zuhause eine persönliche Note zu verleihen. Denn unser Zuhause soll nicht wie ein Business-Outfit sein, sondern zwanglos und gemütlich wie ein bequemer, kuscheliger Pullover, und das am liebsten in warmen, sanften Puder-Tönen in Rosa, Beige, zartem Braun und Gelb, Blau oder Lindgrün. Geometrie bildet den Gegenpol dazu: Einfache geometrische Formen – Kreise, Vierecke, Linien, klar voneinander abgegrenzt, doch gerne wiederholt und in ausdrucksvollen Farben – helfen, Dinge leichter zu erfassen. In einem kräftigen Rot, Grau, Azur- oder Dunkelblau verleihen diese Formen Wänden und Gegenständen Kontur.

Bewusstheit vs. Unerwartetes

Öko-Design, natürliche Braun-, Beige- und Grüntöne, florale Muster und Formen – diese Gestaltungselemente spiegeln unser ökologisches Bewusstsein wider, unsere Wert-schätzung der Natur, unserer natürlichen Ressourcen und unserer Umwelt. Doch auch dieser Trend fordert seinen visuellen Gegensatz heraus: Das Unerwartete bricht die schlichte Strenge mit starken, frischen Farben wie Pink, Türkis, Rosa oder Lila, überraschenden Materialien und schrägen Details wie mit einem ironischen Augenzwinkern auf.

Zeitlosigkeit vs. Verzierung

Stellen Sie sich einen Gegenstand vor, der allen Moden trotzt, weil er perfekt ist. Kein Teil davon, weder Form, noch Material, noch Farbe, ist verzichtbar. Er ist alterslos und wird mit der Zeit immer schöner. Zeitlose Designs und Farben – Lichtgrau, klares Rot, Dunkelgrün, Nachtblau oder Gelb-Beige – lassen Geist und Seele zur Ruhe kommen. Aber irgendwann wollen wir wieder aufwachen. Den Weckruf senden Lichter aus, glamouröse Dekorationen, brillante Lacke in tiefem Dunkelbraun, klarem Rosa, Grauviolett und funkelnde metallisch-glänzende Oberflächen in Silber, Bronze oder Blau-Metalic, die einen Hauch von Luxus versprühen.

Trend Document „Balancing 2008“

Seine Beobachtungen und Gedanken zu den aktuellen Strömungen in Mode, Kunst, Politik und Gesellschaft und die daraus abgeleiteten Farbtrends präsentiert das „Analogue“-Team im „Colour Envelope“. Die 200 Seiten starke Ausgabe #07 kann über das Akzo Nobel Aesthetic Center bezogen werden (Telefon: +31/71 308 34 32). Das Trend Document

„Balancing 2008“ vermittelt einen ersten Einblick in die Ideenwelt der Kreativschmiede von Akzo Nobel. Die hier vorgestellten Farbthemen können mit Glasurit® Mix einfach und schnell umgesetzt werden. Mit dem Farbmischsystem lassen sich Farben und Lacke in Tausenden von individuellen Farbtönen mischen. Einfach den gewünschten Ton im Fachhandel auf dem Glasurit® Farbfächer auswählen und los geht's.

Die Mitglieder des „Analogue“-Teams von Akzo Nobel

Jaklien Van Craen: Spezialist für Farbe und Innenausstattung aus Belgien

Willeke Jongejan: Farbdesignerin im Aesthetic Center von Akzo Nobel

Pernille Kaargaard: Farb- und Trendanalystin aus Kopenhagen

Claudia Lieshout: Trendberaterin und Farbspezialistin bei Philips Design/Niederlande

Per Nimér: Leiter der Design-Abteilung im Aesthetic Center von Akzo Nobel

Judy Smith: Britische Beraterin für Zukunftsfarben und Trends

Ute Wegener: Künstlerische Leiterin der Pariser Designagentur Au delà de l'idée

Pieter Zeegers: Innenarchitekt und Experte für Industriedesign in Amsterdam

Portrait

Über Glasurit®

Mehr als 100 Jahre Erfahrung auf dem Gebiet der Farben- und Lackherstellung haben Glasurit® zu einer der führenden Marken im Do-it-yourself-Bereich gemacht. Das markante Logo mit dem Papagei ist längst zu einem Gütezeichen für hochwertige Wandfarben und Lacke geworden. Seit 1998 gehört Glasurit® als lizenzierte Marke zur Akzo Nobel Deco GmbH und damit zum Akzo Nobel-Konzern. Der weltgrößte Hersteller von Farben, Lacken und Lasuren beschäftigt insgesamt 61.000 Mitarbeiter. Das innovative und vielfältige Sortiment für den Wohnbereich umfasst seidenmatte und hochglänzende Lacke, Fassaden- und Wandfarben sowie Spezialprodukte, die sich durch hohe Qualität und einfache Anwendung auszeichnen.

News-ID: 228769 • Views: 9134 (Stand: 27.09.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/228769/Farbtrends-fuer-2009.html>