

---

## FARB- UND MATERIAL REPORT 2013

18.06.2012, 08:39 | Mode, Trends, Lifestyle

Pressemitteilung von: *Lola Güldenber*g / Agentur für Trendforschung

---



FARB- UND MATERIAL REPORT 2013

Berlin/ Deutschland, den 16.06.2012

### FARB- UND MATERIAL REPORT 2013

Der FARB- UND MATERIALREPORT ist ein Werkzeug für alle, die sehen und verstehen wollen, wie sich die Dinge in naher Zukunft zusammenfügen. Über alle Branchen hinweg. Als Inspiration für Innovations- und Designprozesse. Mit Metatrends zum Anfassen und vielen Ableitungen fürs Business, Design und Konsum.

Bereits in 8. Auflage analysiert und visualisiert der FARB- UND MATERIAL REPORT die Auswirkungen von Metatrends auf Lebensstile, Konsumverhalten und Wertesysteme.

Er liefert Einblicke in aufkommende Trends und stellt Innovationen vor, die in naher Zukunft die Märkte prägen werden. Dabei überträgt er die Ergebnisse der Trendforschung in eine Sprache, die von Management, Marketing und Handel genauso verstanden wird wie von Designern und Produktentwicklern.

Der FARB- UND MATERIAL REPORT zeigt die Synergien zwischen Metatrends, Farb- und Materialinnovationen auf, gestützt durch zahlreiche Unternehmens- und Produktbeispiele. So lassen sich beispielsweise Farben, Oberflächen, Technologien nicht mehr voneinander trennen. Stärker denn je schmelzen sie ineinander und zeigen ihre Wechselwirkungen in Verbindung mit Metatrends.

Auf diese Weise vermittelt der FARB- UND MATERIAL REPORT ein gutes Gefühl, wohin sich nicht nur die großen Märkte entwickeln, sondern wie sich auch der Transfer der Metatrends bis auf die Produktebene darstellt.

Der gesamte FARB- UND MATERIAL REPORT besteht aus einem Event mit Vortrag und Materialausstellung, Metatrend-Booklet, vier begleitenden Branchenbooklets mit den Schwerpunkten Textil, Papier, Kunststoff und Interior, einem NCS-Farbfächer und einer Materialbox mit Sedcards und Herstellernachweisen. Mehr dazu unter [www.lola-gueldenberg.com](http://www.lola-gueldenberg.com).

### FREI FRIEDE

#### AUTONOMIE-BESTREBUNGEN RUNDUM. FREIHEITLICHES ALS BUSINESSMODELL.

Der alltägliche Umgang mit Technologie stärkt unsere Bestrebungen nach Autonomie. Mehr und mehr verlassen wir zentrale Strukturen, lösen uns von großen Telefonprovidern, Krankenkassen und Energieversorgern und wagen selbst den Befreiungsschlag gegen traditionelle Bankensysteme durch Schwarmfinanzierung á la britische Equity-Crowdfunding-Plattform Crowdcube.com oder durch andere Tauschen-Ohne-Geld-Plattformen. Freiheit und Friede definieren sich neu. Parallelen zur Hippie-Kultur? Mitnichten. Jetzt ist Technologie der Schlüssel - im Gegensatz zu den Sechzigern.

### TECH BANAL

TECHNIK DURCHDRINGUNG IM MAINSTREAM. INTUITIV. VERKOMMEN ZUM BANALEN. Technologie gehört inzwischen zum Alltag wie sonst was. Smartphones, Readers, 3D sind im Massenmarkt angekommen. Mobiler

Internetzugang erfreut sich breiter Akzeptanz. Über alle Lebensbereiche hinweg streicheln wir Touchscreens, erleichtern uns den Alltag durch jede noch so kleinste App und treffen allerorts auf Anleihen aus der Spieleindustrie: auf Fortschrittsbalken, Levels, Ranglisten, Bonuspunkte, Sternchenvergabe - beim Energieverbrauch, Kaffeekauf oder Krankenkassenwahl. Wohin das führt? Gamification als Lebensstil.

#### WWWOLKEN HEIM

##### UND EWIG WACHT DIE CLOUD.

Wenn man nur so genau wüsste, was es damit auf sich hat. Für die einen ist sie ein Zuhause. Für alles, was digital ist. Für die anderen bleibt sie ein schwer fassbares Gebilde, dessen Auswirkungen nur langsam in den Alltag hinein sickern. Doch was sie wirklich unwiderstehlich macht, ist ihre Fähigkeit zur scheinbaren Grenzenlosigkeit. Jederzeit verfügbar, sofern man online ist. Für jegliche Formen von Laptops, Smartphones, Tablets, DSL und weitere Devices. Und jede Form von Inhalten. Videos, Bilder, Datenbanken. Egal. Die Datenwolke nimmt alles auf.

#### HYPER HYPE

##### SPRUNG INS ANDERSARTIGE.

Wagen wir den Sprung ins Unbekannte, in unentdeckte Welten und unerforschte Gefilde. Die Rede ist von schwarzen Löchern, von Materie-Antimaterie-Theorien, von Zwillingserden, Parallelwelten und physikalischen Ungesetzmäßigkeiten. Mehr und mehr erreichen uns dazu Nachrichten aus der Welt der Wissenschaft. "Extreme Science" ist populär und nimmt immer stärker werdenden Einfluss auf unsere Konsumwelt.

#### SUB SICHER

##### SUBSTANTIELL SICHER. SUBJEKTIV. SUBTIL. SEHR UMFASSEND.

Das Bedürfnis zu mehr Sicherheit macht sich in vielen Industriebranchen bemerkbar. Überwachungstechnologien, Detektorenbau, Verschlüsselungssoftware-Pakete und vieles mehr füllen ganze Messehallen und inspirieren selbst den einfachen Verbraucher zum individuellen Nachbau. Das kommt nicht von ungefähr. Brennende Autos, verseuchte Bio-Sprossen, Bastel-Bomben im Park und in Einrichtungshäusern beeinflussen unsere Wahrnehmung, begleitet von der Sorge ums persönliche Wohlergehen, Sorge um die Natur, den Arbeitsplatz, um Sicherheit im Internet, im Verkehr, auf Flughäfen.

#### POST PALEO

##### ZURÜCK ZUM ANFANG. VOR DEM ANFANG. ALS WIR ALLES RICHTIG MACHTEN.

Die Sehnsucht nach Ursprünglichkeit trifft auf nachhaltige Konzepte, auf das Bedürfnis Prozesse und Strukturen der Natur nachzubilden, auf die Rückbesinnung traditioneller Handwerkstechniken und auf das DIY-Prinzip. Und wenn das nicht mehr reicht? Dann gehen wir zurück auf Anfang. Ganz zurück. Da, wo alles begann. Zum Beispiel zu Zeiten des Paläozoikums.

#### SHORT

Der FARB- UND MATERIAL REPORT ist ein internationales Tool-Kit mit Fokus auf das Jahr 2013, bestehend aus einem Metatrend-Booklet, vier Branchenbooklets, Farbfächer und Materialbox.

Der FARB- UND MATERIAL REPORT 2013 ist eine neue Trendstudie, die Denkanstöße gibt, die neuartige Geschäftsideen nährt und Visionen zum Leben erweckt.

Der FARB- UND MATERIAL REPORT 2013 analysiert Megatrends und zeigt ihren Einfluss auf Lebensstile, Konsum- und Werteverhalten.

Der FARB- UND MATERIAL REPORT 2013 ist für alle, die der Zukunft ein Stück näher kommen wollen. Für Vorstände und Geschäftsführer, für Kreative, Berater oder Produktentwickler.

#### FACTS

Sechs Metatrends zum Anfassen

Sechs unverwechselbare Farbpaletten

Sechs innovative Materialpaletten

Sechs Ableitungen in Sachen Business, Design, Konsum

Sechs Monate durchgearbeitete Nächte

Sechshundert Skype-Konferenz

sechzig Uploads

Sechs Giga-Bytes Data  
Arbeitsstunden, Telefonate und Emailverkehr nicht mitgerechnet.

**HERAUSGEBER**

Lola Güldenberg  
Agentur für Trendforschung  
Vertreten durch Lola Güldenberg, Stephan Bielefeldt

**METATRENDS UND TEXTE**

Lola Güldenberg

**FARBKONZEPT UND MATERIAL RECHERCHE**

Renate Weber

**LAYOUT UND DESIGN**

SILBERWEISS Berlin

**UNTERSTÜTZENDE RECHERCHE**

Frederik Eichelbaum  
Geertje Gückel

**ÜBERSETZUNG**

Susanne Dickel

**DIGITAL**

Uwe Schröder – werbit

**DIGITAL-DRUCK**

Druckerei Raabe

**PARTNER**

NCS – NATURAL COLOUR SYSTEM

Modulor Planet  
Schulz und Schulz

**Portrait**

Die Trendagentur Lola Güldenberg wurde 2001 gegründet und berät seit mehr als zehn Jahren internationale wie nationale Kunden aus verschiedensten Branchen, wie z.B. der Konsumgüter-, Automobil- und Zuliefererindustrie sowie Medien und Wissenschaft. Drei Bereiche bestimmen die Struktur des Unternehmens: die Trend Unit, die Consumer Unit und die Idea Unit. Unser Ziel ist es, Trends schneller zu erkennen und diesen Vorsprung an unsere Kunden weiter zu geben.

---

News-ID: 641103 • Views: 1144 (Stand: 24.05.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/641103/FARB-UND-MATERIAL-REPORT-2013.html>