

Das Jahr des «Big Blue»

Text und Bilder **Akzo Nobel**
Redaktion **Cornelia Sigrist**

Akzo Nobel hat die Farbtrends des Jahres 2013 zusammengetragen. Die dominante Strömung ist ein tiefes Blau – das «Big Blue». Von ihm werden fünf Farbtrends abgeleitet, welche die Bereiche Wohnen, Design, Architektur und Lifestyle beeinflussen, während in der Modewelt Grün den Ton angibt. Allgemein gilt: In diesem Jahr hat die Farbpalette Reife und Eleganz.



Die Farbpalette des Jahres 2013: dynamisch, dunstig, impressionistisch, schrullig und mit einem Hauch von fluoreszierender Helligkeit.

Basis für die Suche nach den Farbtrends 2013 war die Erkenntnis neuer sozialer und ökonomischer Strömungen. Um diese zu definieren, hat sich das Team des «Global Aesthetic Center» von Akzo Nobel mit einer internationalen Gruppe aus Designern, Architekten und Modeschöpfern getroffen. Als dominante Strömung sehen die Experten Beziehungen, um die sich im Leben alles dreht: menschlich oder sachorientiert, on- oder offline. Menschen verknüpfen Dinge untereinander, bilden Netzwerke, Dialoge und Innovationen. Aus diesen Beziehungstechniken haben die Farbdesigner die Farbe des Jahres und fünf Schlüsselrends abgeleitet.

Visuelles «Trösterli»: Die Farbe 2013

Die Designer haben als Farbe 2013 mit «Big Blue» (ACC Farbtoncode VO.25.25) königliches und tiefes Blau erkoren, das tröstend, entspannend und zugleich inspirierend wirkt – kurz, eine Farbe, die in allen Lebenslagen beständig bleibt. In den letzten Jahren entwickelte sich die Farbe des Jahres weg von blasseren und frischen Tönen hin zu einem kräftigen, würzigen Rot 2012 und dem nunmehr aktuellen tiefen Indigo. Dieses hintergründige Blau fasziniert, da es in der Natur nur sehr selten vorkommt. In Kombination mit hellen Zitrustönen oder auch warmen und neutralen Farben zeigt sich seine starke Wandlungsfähigkeit – so entstehen rasch spannende und individuelle Kompositionen.

Die Schlüsselrends 2013

Die «Kollektive Leidenschaft» bildet einen der fünf Schlüsselrends. Die Palette aus sechzehn Farbtönen stürzt sich von einer Farbenwolke in die nächste und eröffnet uns, wie die Sozialen Medien, neue Wege des Verknüpfens. Die aufmerksamkeitsstarken, fluoreszierenden und pastelligen Töne strahlen Energie, Freude, Kreativität und Zielstrebigkeit aus.

Friedlichkeit und Stille spiegeln die Farbtöne des Trends «Abschalten» wider. Zarte, rauchige Töne stehen in raffiniertem Kontrast zu matten und hochglänzenden Farben. Die ruhigen Töne machen den Kopf frei, schaffen Platz für neue Gedanken oder kreieren Tagträume von Schneelandschaften, Nebel und sternklaren Nächten. Die «Kunst des Verstehens» wiederum spielt mit der Faszination der Fifties des 19. Jahrhun-



Abdeckmaterial für Bauprofis!

Permafrix Abdeckmaterialien

derts – einem Jahrzehnt, welches aus heutiger Sicht geordnet und perfekt erscheint. Dies transportieren auch die Farbtöne: Sie sind sonnig und fröhlich, wie Erinnerungen an die Kindheit.

«Die Manufaktur zuhause» drückt den Entschluss zur Schlichtheit, zum Autarken, Aufrichtigen und Lokalen in Farbe aus. Gesättigte und simple, von der Natur inspirierte Farbtöne spiegeln den Trend des Selbermachens und des handwerklichen Schaffens wieder.

Einen «Visuellen Trost» bekommt man durch die freudigen, ermutigenden, erholsamen und belebenden Farbtöne des fünften Schlüsseltrends. Blühende Gärten und Gemälde alter Meister standen Pate bei der Auswahl der Rosa-, Gold- und Bronze- oder dunklen Violetttöne.

Trendgerecht gestalten

Um interessierten und trendorientierten Kunden die Möglichkeit zu geben, sich von Profi-Ideen inspirieren zu lassen, gibt Akzo Nobel das Booklet ColourFutures™ heraus. Hier kann der Leser in verschiedenste Wohngefühle eintauchen, durch harmonische Gestaltungsmöglichkeiten schmökern und dadurch Anregungen – dem persönlichen und individuellen Lifestyle folgend – herausfiltern. Wie im wahren Leben auch fließen in die Schaufotos des ColourFutures™ 13 noch zusätzlich Einflüsse aus Mode, Design, Architektur und Kunst ein. Diese bezieht Akzo Nobel bereits beim Trendscouting durch Experten ein und gibt sie gebündelt in eigenen Gestaltungsvorschlägen an seine Kunden weiter.

Das Booklet ColourFutures kann unter info.at@akzonobel.com bestellt oder auf der Seite www.colourfutures.com kostenlos heruntergeladen werden. ■



Für jede Abdekarbeit das passende Produkt!

Ob Vlies, Papier oder Folie – das Permafrix Sortiment bietet für jede Anforderung eine optimale und individuelle Lösung.



 **permafrix**

Permapack AG
Reitbahnstrasse 51
CH-9401 Rorschach
Tel. +41 71 844 12 12
Fax +41 71 844 12 13
www.permapack.ch

Permafrix – die Marke für Bauprofis