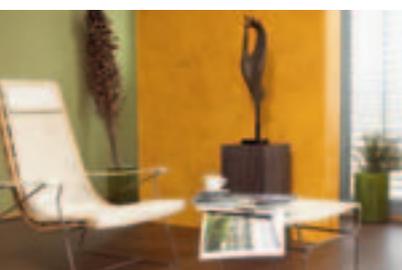
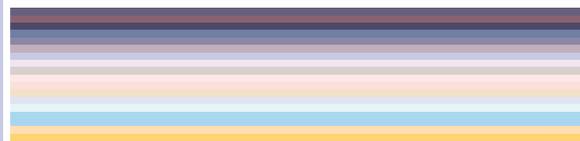
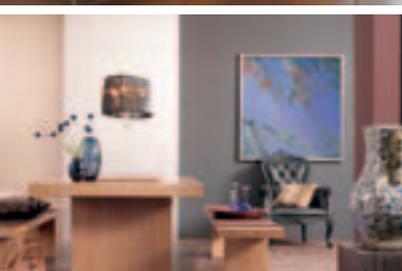
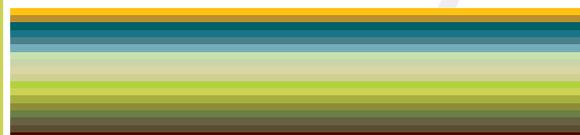




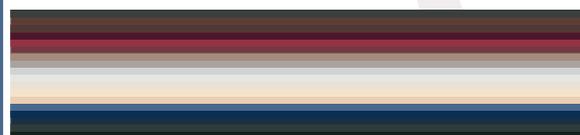
elegance



nature



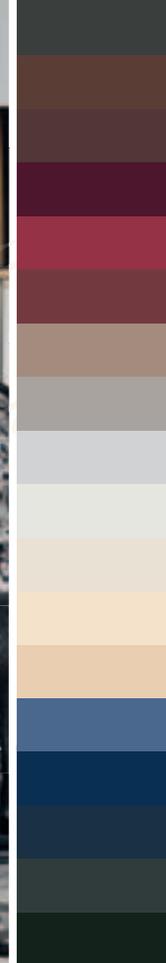
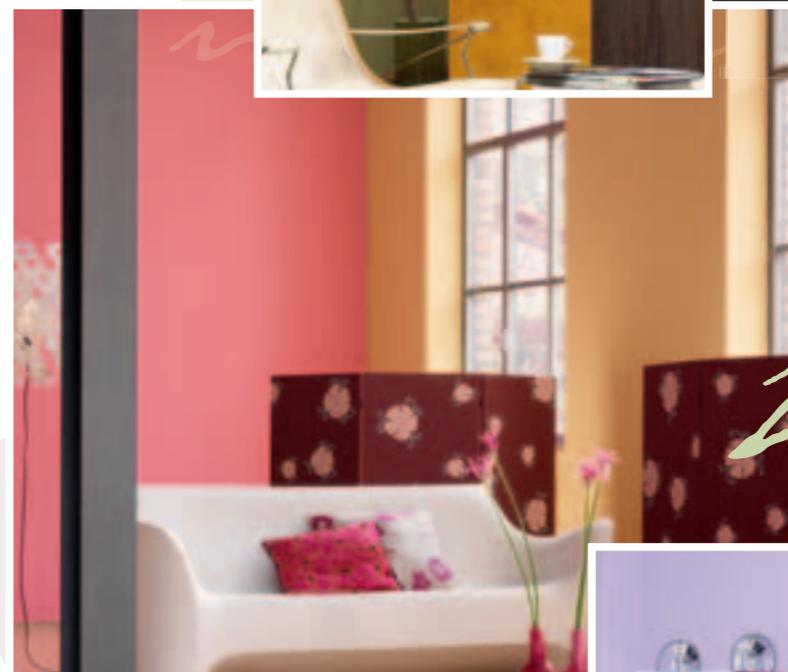
PRESTIGE



fun



Trend



Farben im Trend

FARBRENDS 2007 | 2008

Alpina Farben GmbH D-64369 Ober-Ramstadt www.alpina-farben.de

Vertrieb in Österreich: Glemadur Farben und Lacke Vertriebsges. m.b.H. · Am Kanal 105 · A-1110 Wien

Vertrieb in der Schweiz: Ernit AG · Lerzenstraße 12 · CH-8953 Dietikon · www.ernit.ch





elegance



nature



PRESTIGIE



fun

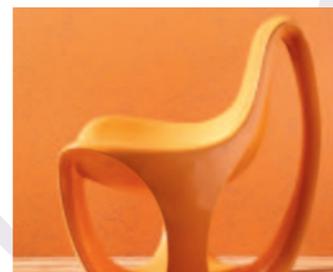


DAS ZUHAUSE. Für den einen offener Ausdruck seines Lebensstils, für den anderen Rückzugsort vom Alltag.

Wie auch immer – es ist meistens geprägt von äußeren Einflüssen: Mode, Zeitgeist, Trends. Je bewußter die Einrichtung und Gestaltung ausfällt, desto größer die Orientierung an gesellschaftlichen Normen.

Was die Wandgestaltung – aber auch das Interior-Design – angeht, wechseln sich „bunte und unbunte Phasen“ ab. Seit der Jahrtausendwende befinden wir uns wieder in einem bunten Abschnitt, wo Farben eine zentrale Rolle spielen. Doch gerade das macht die Auswahl schwierig: Welche Farben sind „in“, welche Kombinationen entsprechen aktuellen Trends?

Alpina hat in Zusammenarbeit mit der Hildesheimer Hochschule für Angewandte Wissenschaft und Kunst nachweisbare Trends aufgespürt und für die Wandgestaltung von morgen definiert. Sie sind einfach umsetzbar mit dem hochwertigen Produktsortiment von Alpina.



Spaß mit Stil

INHALT

Editorial
Inhalt
Trends mit Hintergrund – Interview mit Prof. Schlegel

S. 2
S. 3
S. 4–5



Luxus voller Harmonie

TREND ELEGANCE

S. 6–11



Bekenntnis zur Authentizität

TREND NATURE

S. 12–17



Erhabenheit trifft Romantik

TREND PRESTIGE

S. 18–23



Spaß mit Stil

TREND FUN

S. 24–29



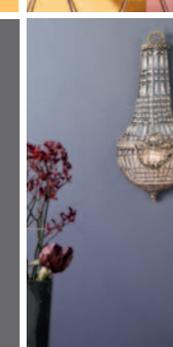
Theorie wird Praxis – Einblicke ins FarbDesignStudio

S. 30–31

Farbtonkarte/Produkte:

TREND ELEGANCE
TREND NATURE
TREND PRESTIGE
TREND FUN

S. 32
S. 33
S. 34
S. 35



TRENDS MIT HINTERGRUND



Prof. Schlegel ist Leiter des *Institute International Trendscouting* an der Hochschule für Angewandte Wissenschaft und Kunst in Hildesheim. Hier werden Entwicklungen in der Gesellschaft, Technik, Mode, Architektur und im Design konstant beobachtet und wissenschaftlich dokumentiert. Wir führen mit Prof. Schlegel ein Interview zum Thema Trend.



Was versteht man eigentlich genau unter dem Begriff „Trend“?

Prof. Schlegel:

Trend kommt aus dem Englischen und bedeutet Verlauf, Tendenz, Richtung. Klassischerweise beschreibt der Begriff globale Entwicklungen, die nicht beeinflussbar sind und sich früher oder später direkt oder indirekt auf den einzelnen auswirken.

Der Prozeß verläuft „zähflüssig“, er entwickelt sich über einen längeren Zeitraum ... Mittlerweile existiert jedoch auch eine wissenschaftlich fundierte moderne

Trend-Auffassung, die dem umgangssprachlichen Gebrauch des Begriffes inhaltlich näher kommt.

Dann möchten wir uns hier eher mit der modernen Interpretation beschäftigen. Was sagt sie aus? Liegt jetzt etwa alles Beliebige „im Trend“?

Prof. Schlegel:

Nein, keinesfalls. Die moderne Auslegung ist lediglich flexibler – sie erlaubt auch Tendenzen von mittelfristiger Lebensdauer und solche, die nachweislich von der Industrie durch Neuverknüpfungen geschaffen werden.

Außerdem toleriert der „moderne Trend“ individuelle Gegensätze. Zum Beispiel die Belange der „schnellebigen Spaßgesellschaft“ neben dem Verlangen nach „Ruhe und Wellness“. Moderne Trends sind konkreter wahrnehmbar und greifbar – etwa in den Bereichen Mode, Innenarchitektur und Farben. Sie müssen jedoch durch umfassende wissenschaftliche Beobachtungen gefestigt sein.

Ist ein neuer Trend immer absolut neu?

Prof. Schlegel:

Trends bauen immer auf vorhandenen Trends auf. Sie sind eine Weiterentwicklung des aktuellen Stands, der mit neuen Varianten, Elementen o. ä. kreativ verändert wird. Trends spiegeln nicht zwingend eine derzeitige Realität wider, sondern drücken vielmehr eine Zukunftsidee bzw. Vision aus.

Welche Rolle spielen Farben beim Thema Trend?

Prof. Schlegel:

Farbe ist ein wichtiges, wenn nicht das zentrale Ausdrucksmittel von Trendorientierung. Menschen haben stets das Bedürfnis nach Neuem, nach Abwechslung und Veränderungen. Trendfarben sind das Ergebnis dieses allgemein vorhandenen Wunsches, Farben zu wechseln. Sei es in der Mode, bei Möbeln oder in der Wandgestaltung.

In Zusammenarbeit mit Alpina haben Sie die aktuellen Trends für Wandfarben 2007/2008 entwickelt. Wie gehen Sie bei Ihrer Arbeit vor? Wie finden Sie die Trends?

Prof. Schlegel:

Farben unterliegen Zyklen. Die Dokumentation dieser Farbzyklen über Jahrzehnte ist das Fundament unserer Trendforschung. Darauf aufbauend erfolgt das sogenannte TrendScouting: das konstante Beobachten und Verfolgen von Entwicklungen in vielseitigen Bereichen und Medien. Dazu gehören etwa internationale Zeitschriften,

Messen, Internet und WebDesign, Szeneweitschriften, Bars, Clubs, Szenetreffs, Schaufensterauslagen etc. Es erfolgt eine detaillierte Analyse in Bezug auf Farben, Strukturen und Materialien. Aus den Ergebnissen leiten wir unsere Zukunftsprognosen ab.

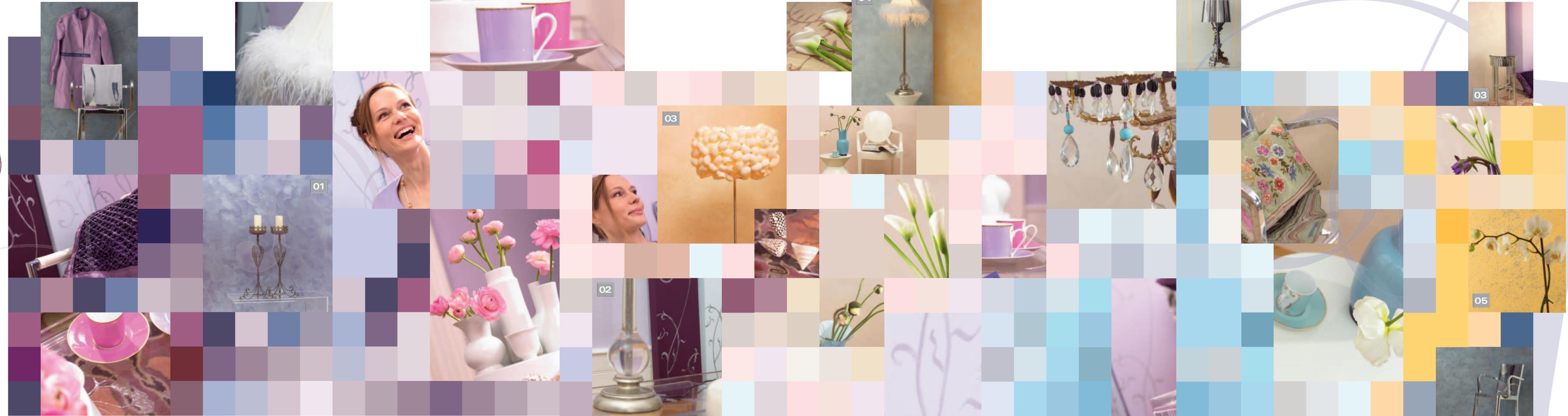
Und wie sehen die Prognosen für die Wandgestaltung aus?

Prof. Schlegel:

Die Trends der Wandgestaltung 2007/2008 zeichnen sich in vier unterschiedlichen Szenarien ab. Alle stehen in Zusammenhang mit den sich verändernden Wahrnehmungen, Wünschen und individuellen Bedürfnissen der Gesellschaft.

Vielen Dank für das interessante Gespräch!

elegance



TREND Elegance 1	TREND Elegance 2	TREND Elegance 3	TREND Elegance 4	TREND Elegance 5	TREND Elegance 6	TREND Elegance 7	TREND Elegance 8	TREND Elegance 9	TREND Elegance 10	TREND Elegance 11	TREND Elegance 12	TREND Elegance 13	TREND Elegance 14	TREND Elegance 15	TREND Elegance 16	TREND Elegance 17	TREND Elegance 18
------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------



Luxus voller Harmonie

Eleganz ist zeitlos. Eine Lebenseinstellung. Bewußt den Hang zum Schönen ausleben. Luxus genießen. Der Trend Elegance setzt diese zeitlosen Werte zeitgemäß um. Mit anspruchsvollen Kombinationen unterschiedlicher Stile auf hohem Niveau. Edles Ambiente – modern interpretiert!

Klassisches Design im Stil der Zeit. Elegant anmutende, teils pudrige Farbtöne fügen sich an den Wänden zusammen: Flieder, Weiß, Vanille, Beige, Hellgrau. Tiefes Violett und Ornamente setzen Akzente. Glänzende Accessoires aus Edelstahl und Porzellan prägen das Interior – bereichert von edlen Gegenständen wie Uhren und Glasprismen. Die Atmosphäre des Trends Elegance ist warm, aber leicht. Traditionelle Werte mit Zeitgeist. In sanfter, harmonischer Anmutung. Zurückhaltend repräsentativ. Keine Gegensätze, keine Provokation. Ein Gleichklang aus meisterhafter Komposition!



LivingStyle Silhouette Gold

Farbton Trend Elegance No. 7



Farbtonkarten ab Seite 32. Abweichungen von Originalfarbtönen sind drucktechnisch oder durch Bildschirmpräsentation bedingt.

Leicht Tradition & Zeitgeist



LivingStyle Silhouette Gold





Comfort Holzlasur,
Nußbaum

Ruhe finden, um Kraft zu schöpfen. Zwänge vergessen – das Wertvolle des Ursprungs begreifen. Der Trend Nature besinnt sich darauf, Natürlichkeit als kostbares Gut darzustellen. In Farben und Formen, in Material und Komposition. Ein würdiges „back to the roots“!

Bekenntnis zur Authentizität



LivingStyle Atelier Color Contrast
Cosmos + Atelier Exclusiv Contrast



LivingStyle Atelier Color
Contrast Spring + Atelier Effect Gold



LivingStyle Atelier Color
Golden Peach + Atelier Effect Gold

Die Wohnung als Ruhepol einrichten. Mit natürlichen Farben und Materialien. Oliv, Ocker, florale Muster und die ganze Palette der Brauntöne bestimmen die Wandgestaltung.

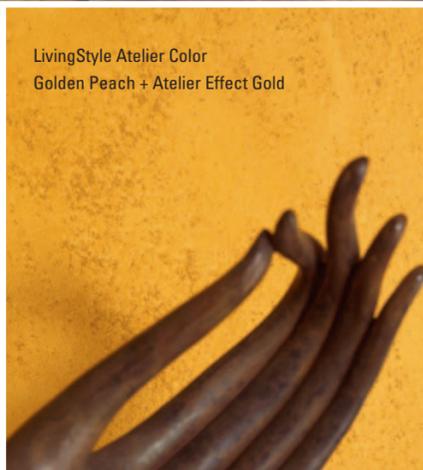
Die ursprüngliche Schwere der Grundfarben wird flankierend durch frisches Hellblau und Türkis relativiert. Im Interior finden sich Natur-elemente und schwere Stoffe.

Den Trend Nature kennzeichnet Originalität durch und durch. Künstliche Farbanmutungen und Materialien sind tabu. Das persönliche Wohlfühlen, der Rückzugsort steht im Fokus – ohne die gesellschaftliche Anbindung zu vergessen. Ursprünglich leben und am Leben teilnehmen!



Farbtöne Trend Nature
No. 11 und No. 6

LivingStyle Struktur im
Farbton Trend Nature No. 10



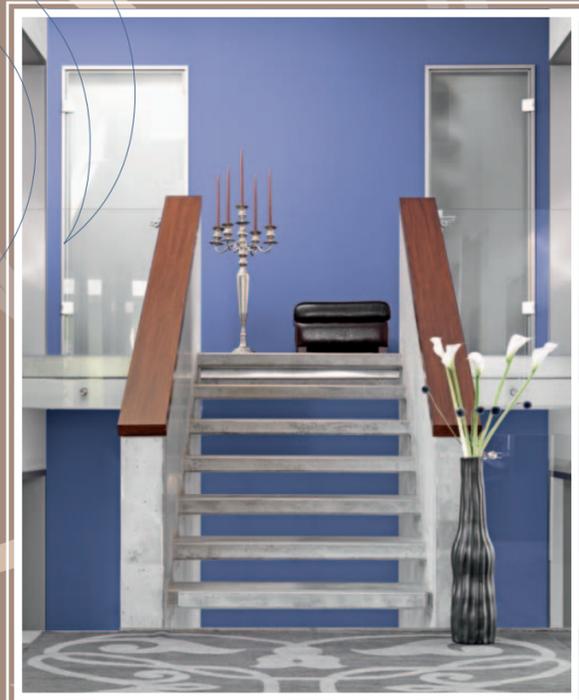
LivingStyle Atelier Color
Golden Peach + Atelier Effect Gold

Farbtonkarten ab Seite 32. Abweichungen von Originalfarbtönen sind drucktechnisch oder durch Bildschirmpräsentation bedingt.



Farbton Trend
Prestige No. 12

Farbton Trend Prestige No. 10



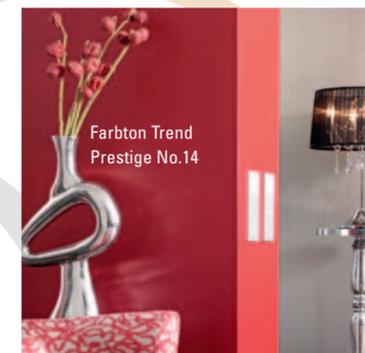
ERHABENHEIT TRIFFT ROMANTIK

EPOCHEN VERSCHMELZEN, STILRICHTUNGEN FÜGEN SICH AUF VÖLLIG NEUE, FASZINIERENDE ART UND WEISE ZUSAMMEN. DER TREND PRESTIGE ÜBERRASCHT MIT UNGEAHNT REIZVOLLEN GEGENSÄTZEN: SO ÜPPIG WIE PURISTISCH, SO MODERN WIE BAROCK, SO AUFWENDIG WIE SCHLICHT.

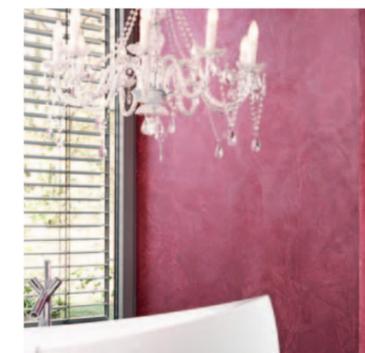
OPULENZ MODERN INTERPRETIERT, VIELSEITIG UND HOCHWERTIG INSZENIERT. DIE WÄNDE TRAGEN BRAUN UND BLAU IN ZUMEIST DUNKLEN TÖNEN. CREME UND HELLGRAU SETZEN LICHTE, TIEFE ROTTÖNE EDLE AKZENTE. MÖBEL UND ACCESSOIRES BESTEHEN AUS EXKLUSIVEN HÖLZERN, SAMTENEN STOFFEN UND SATIN. WEITERHIN WERDEN LEDER, STUCK SOWIE PELZE UND FELLE EINGESETZT.

DIE ANMUTUNG DES TRENDS PRESTIGE IST SCHWER, TEILS ÜBERLADEN UND EDEL. HIER UND DA SIND STRENGE ANKLÄNGE ZU FINDEN, DIE ABER DURCH VERSPIELTE ELEMENTE WIE BAROCKE FORMEN KOMPENSIERT WERDEN.

EBENSO STEHEN DIE TEILWEISE ROMANTISCHEN ASPEKTE SCHLICHTEN KONTUREN GEGENÜBER. GEGENSÄTZE IN VOLLENDUNG.



Farbton Trend
Prestige No.14



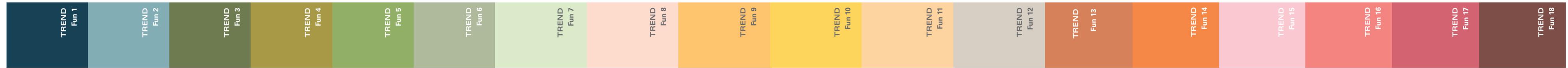
Wand links: LivingStyle Metal-Lights, Gold
Wand mitte: LivingStyle Metal-Lights, Platin
Wand rechts: Farbton Trend Prestige No. 17



Farbtonkarten ab Seite 32. Abweichungen von Originalfarbtönen sind drucktechnisch oder durch Bildschirmpräsentation bedingt.



Erhabenheit
Wertigkeit





Spaß mit Stil

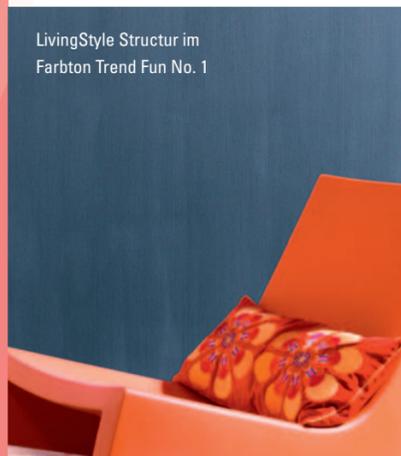


Das Leben ist bunt – Abwechslung macht Spaß. Wer sagt, daß Schnellebigkeit nicht auch positive Seiten hat? Der Trend Fun ist das beste Mittel gegen Langeweile. Mut haben zu eigenwilligen Gestaltungen und frischen Farben. Kombinieren was gefällt, auffällt und für gute Laune sorgt!

Farbton Trend Fun No. 16



LivingStyle Structur im Farbton Trend Fun No. 1



Jünger als die anderen sein. Mit pepiger, individueller Wandgestaltung. Rosé, Pink, Orange und Gelb sorgen für lebendige Optik, die durch helle Grün- und Blautöne nochmals unterstrichen wird. Die Einrichtung wird von hellen Hölzern, Plastik, groben Stoffen, farbigem Glas und floralen Prints bestimmt – ein bunter Mustermix!

Den Trend Fun prägen Offenheit, Geselligkeit und Lebensfreude. Er zitiert Elemente des Einrichtungsstils der 50er bis 70er Jahre. Seine Kurzlebigkeit ist bewußter Ausdruck von Flexibilität und der Aufgeschlossenheit für Neues. Die aktuelle Gestaltung macht schon heute neugierig auf das Design von morgen!



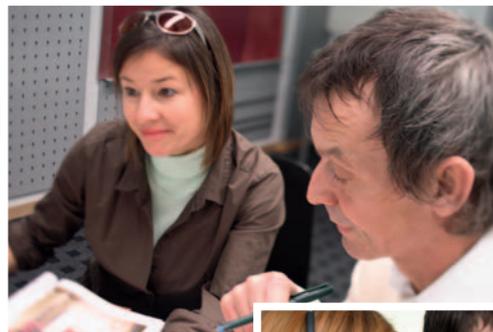
Farbton Trend Fun No. 9

Farbtonkarten ab Seite 32. Abweichungen von Originalfarbtönen sind drucktechnisch oder durch Bildschirmpräsentation bedingt.





Petra Ruhnau Dipl.,
Farb-Designerin,
Karl Grote, Stylist

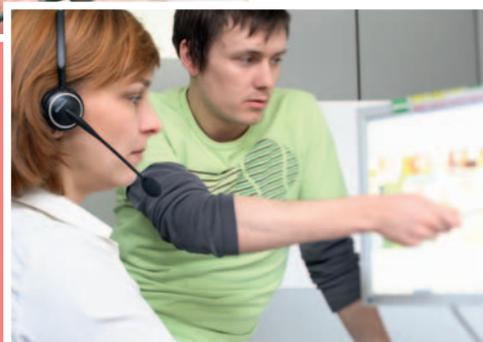


SO ARBEITET DAS FARB DESIGNSTUDIO.

Interessante Details am Beispiel des Trends FUN.

Die in diesem Magazin vorgestellten Trends beruhen auf wissenschaftlichen Studien, die vom **Institute International Trendscouting** an der **Hochschule für Angewandte Wissenschaft und Kunst** in Hildesheim entwickelt wurden.

Die praktische Umsetzung in den Raum erfolgt durch das **FarbDesignStudio** – es besteht aus einem Team von Architekten, Innenarchitekten, Farbdesignern und Malermeistern. Hier werden die wissenschaftlich



Andrea Girgzdies, Dipl.-Ing. Innenarchitektin/Farbdesign,
Axel Voelker, Dipl. Multimedia-Designer

Master-Sample HAWK/Instiue International Trendscouting



fundierten Trend-Prognosen in konkrete Farben und Wandstrukturen übersetzt.

Als Basis für die Umsetzung der Trends erhält das Farb-DesignStudio von den Wissenschaftlern sogenannte „Master-Samples“ – das sind Kollagen mit den entsprechenden Trend-Welten und -Farben. Die Profis im FarbDesignStudio konzipieren daraufhin passende Stilrichtungen, die im Raum anwendbar sind. Hierzu prüfen sie die Farbtöne im einzelnen auf ihre Eignung als Wandfarbe und entwickeln Farb- und Oberflächenkombinationen, die den einzelnen Trend am besten charakterisieren. Je nach Trend wählen sie auch Ornamente, grafische oder florale Muster aus.

Der **Trend FUN** zeichnet sich zum Beispiel durch die Kombination von Gelb-, Aubergine- und Rosétönen aus. Die für „FUN“ charakteristischen floralen Muster werden auf dem

Paravent zum Blickfang. Kreative Wandtechniken übersetzen die Spontanität und Individualität dieses Trends.

Nach Festlegung aller Farben, Oberflächen und Kombinationen erfolgt das Foto-Shooting. Hierfür werden typische Raumsituationen entworfen. Dazu gehören nicht nur Raumarchitektur und Wanddesign, sondern auch das Styling mit den passenden Möbeln und Accessoires.

Für „FUN“ wurden Räume mit großem, loftartigem Charakter konzipiert. Sie sind durch besonders individuelle, abwechslungsreiche und junge Inszenierungen mit Zitaten aus den 50er bis 70er Jahren geprägt. Die so entstandene konkrete „Trend-Welt FUN“ zeigt sich auf den Seiten 24 bis 26: Farben, Oberflächen, Raumsituationen, Möbel und Accessoires sind als stimmungsvolles Gesamtbild zusammengefaßt.

Elegance

TREND-Farben

TREND Elegance 1	TREND Elegance 10
TREND Elegance 2	TREND Elegance 11
TREND Elegance 3	TREND Elegance 12
TREND Elegance 4	TREND Elegance 13
TREND Elegance 5	TREND Elegance 14
TREND Elegance 6	TREND Elegance 15
TREND Elegance 7	TREND Elegance 16
TREND Elegance 8	TREND Elegance 17
TREND Elegance 9	TREND Elegance 18

TREND-Effekte

01 s. S. 06	02 s. S. 07	03 s. S. 07	04 s. S. 07
-------------	-------------	-------------	-------------

Alpinaweiß abgetönt im Farbton Trend Elegance No. 1 mit LivingStyle Silhouette Silver

Alpina 2in1 Lack Farbton Bordeaux, Alpina Kunstharz Lack, Farbton Silber

Alpina LivingStyle Silhouette mit Silhouette Gold

Alpina LivingStyle Accent + 1 x Coleration Alu, rechts: LivingStyle Structur Wandlasur, Farbton Melody

05 s. S. 08

Alpina LivingStyle Atelier Color Golden Sun + Atelier Exclusiv Gold



Abweichungen von Originalfarben sind drucktechnisch oder durch Bildschirmpräsentation bedingt.

FARBTONKARTE

TREND-Farben

TREND Nature 1	TREND Nature 10
TREND Nature 2	TREND Nature 11
TREND Nature 3	TREND Nature 12
TREND Nature 4	TREND Nature 13
TREND Nature 5	TREND Nature 14
TREND Nature 6	TREND Nature 15
TREND Nature 7	TREND Nature 16
TREND Nature 8	TREND Nature 17
TREND Nature 9	TREND Nature 18

TREND-Effekte

01 s. S. 12	02 s. S. 12	03 s. S. 13
-------------	-------------	-------------

Alpina LivingStyle Atelier Color Golden Peach + Atelier Effect Gold

Alpina LivingStyle Atelier Color Contrast Cosmos + Atelier Exclusiv Contrast

Alpina LivingStyle Atelier Color Contrast Spring + Atelier Effect Gold

04 s. S. 13	05 s. S. 13	06 s. S. 14
-------------	-------------	-------------

Alpina Comfort-Holzlasur, Nußbaum

Alpina LivingStyle Structur abgetönt im Farbton Trend Nature No. 10

Alpina LivingStyle Accent, Champagner



FARBTONKARTE

nature

Abweichungen von Originalfarben sind drucktechnisch oder durch Bildschirmpräsentation bedingt.



TREND-Farben

TREND Prestige 1	TREND Prestige 10
TREND Prestige 2	TREND Prestige 11
TREND Prestige 3	TREND Prestige 12
TREND Prestige 4	TREND Prestige 13
TREND Prestige 5	TREND Prestige 14
TREND Prestige 6	TREND Prestige 15
TREND Prestige 7	TREND Prestige 16
TREND Prestige 8	TREND Prestige 17
TREND Prestige 9	TREND Prestige 18

TREND-Effekte

01 s.S. 19	02 s.S. 19
------------	------------

Alpina LivingStyle Metal-Lights,
Farbton Kupfer

Alpina LivingStyle Metal-Lights,
Farbton Gold, Silber



Abweichungen von Originalfarben sind drucktechnisch oder durch Bildschirmpräsentation bedingt.

FARBTONKARTE

TREND-Farben

TREND Fun 1	TREND Fun 10
TREND Fun 2	TREND Fun 11
TREND Fun 3	TREND Fun 12
TREND Fun 4	TREND Fun 13
TREND Fun 5	TREND Fun 14
TREND Fun 6	TREND Fun 15
TREND Fun 7	TREND Fun 16
TREND Fun 8	TREND Fun 17
TREND Fun 9	TREND Fun 18

TREND-Effekte

01 s.S. 24

Alpina LivingStyle
Struktur, abgetönt
im Farbton Trend
Fun No. 6



Abweichungen von Originalfarben sind drucktechnisch oder durch Bildschirmpräsentation bedingt.

FARBTONKARTE

