GROUP BARTHELMESS
Better Visual Merchandising

Presseinformation

Work - Trends sind harte Arbeit

Barthelmess veröffentlicht zukünftige Visual Merchandising-Trends

Fürth, 31. 01.2012: Das Designteam von Visual Merchandising-Spezialist Barthelmess präsentiert seit Ende Januar 2012 in einem Buch unter dem Titel „Work“ fünf zukünftige Trends für Schaufenster und Point of Sale. „Letterpress“, „Gilded Wood“, „Wired“, „Wild Spirit“ und „Tell me a story!“ heißen die fünf Trends für Herbst, Winter und Weihnachten 2012/13. Um diese Trends zusammenzustellen, besuchten die Trendscouts und Designer von Barthelmess Metropolen auf der ganzen Welt, Messen aus den Bereichen Mode, Design und Interieur, diverse Kunstgalerien und beobachteten den Stil der Menschen aus Szenen und Subkulturen auf der Straße. Neben den zukünftigen Visual Merchandising-Trends, die Barthelmess seit mehreren Jahren halbjährlich veröffentlicht, haben dieses Mal auch Reiseberichte von den Touren der Trendscouts Eingang in das Work-Book gefunden. Der Titel des Buches ist Programm. Visual Merchandisern dient das Buch als konkretes Arbeitsmittel, denn neben den Trends und Reiseberichten bietet es viel Raum für Notizen, um die Inspirationen des Buches zu nutzen, erste Ideen und Konzepte zu entwickeln. Zudem ist es – trotz eines Umfanges von knapp 100 Seiten – sehr leicht und passt in jede Tasche.

Ein Buch zum Arbeiten

Markus Xyländer, Head of Designteam bei Barthelmess: „Mit dem Work-Book geben wir die Antwort auf die Frage nach den sich anbahnenden Trends. Das Buch ist auf Herbst und Winter ausgerichtet. Ein Großteil der Stile und Inszenierungen funktioniert aber auch saisonübergreifend und bietet einen kompakten und ebenso facettenreichen Überblick darüber, wohin sich die Themen und Trends im Visual Merchandising entwickeln. Uns war es bei der Aufbereitung der Trends sehr wichtig zu erklären woher

die einzelnen Trends und Entwicklungen kommen, welche Hintergründe und Motivation sie haben. Schlicht: Wie und warum diese entstanden sind. Da wir weltweit unterwegs sind, um die Trends aufzuspüren, funktionieren die Themen, die wir anbieten, weit über die Grenzen Europas hinaus und gelten international. Dieses Buch hat aber vor allem die Aufgabe, dass damit – wie der Name schon vorhersagt –gearbeitet wird."

Trends 2012: Moderne und Nostalgie, Natur und Luxus verbinden sich

„Wired" und „Gilded Wood" sind zwei der fünf Trends im neuen Work-Book. Das Thema „Wired" ist geprägt von Transparenz, Durchsicht und Leichtigkeit. Überwiegend arbeitet dieser Trend mit gedeckten Farbtönen wie matte Blau-, Beige- und Grüntöne. Ein sattes Schwarz bildet jedoch den Mittelpunkt der Farbpalette. Durch einfache Drahtobjekte wird ein Hauch von Nostalgie erzeugt. Diese erinnern an die 20er Jahre und werden bewusst mit modernen, geradlinigen Artikeln kombiniert. Filigranes aus Metall steht für Einfachheit und Leichtigkeit. Im Vordergrund steht das Unperfekte, das oft naive Design: Der handwerkliche Charakter ist jederzeit zu sehen. „Undone" ist bei dem Thema „Wired" das Stichwort.

Ganz anders der Trend „Gilded Wood", der die Suche nach dem Einklang mit der Natur aufgreift und ins Glamouröse entführt. Der Wald, in den Glimmer- und Glanz sowie Spiegeleffekte Einzug halten, ist das zentrale Thema. Bekannte Objekte aus der Natur werden veredelt. Zudem zeigt dieser Trend den Gegensatz von Vergangenem und Modernität, sowie die Verschmelzung von Natur und Luxus. Hierfür werden Elemente von drinnen nach draußen geholt.
Der Farbton Gold spielt dabei eine wichtige Rolle: Gold repräsentiert das Vornehme und Hochwertige in diesem Trend und lässt den Wald in einem neuen Licht erstrahlen. Im Gegenzug dazu stehen sehr natürliche Farben, wie ein tiefes Schwarz, Tintenblau, Betongrau und Olivgrün. Einsatz von transparenten Materialien, Glimmer und vor allem Draht verleiht dem Thema einen spannenden Charakter. Wichtiges Gestaltungelement ist das Spiel mit Spiegeleffekten.

Der Film zum Buch

Passend zum Workbook hat Barthelmess dieses Mal auch einen Film zum Buch gedreht. Dieser zeigt die Hintergründe zu den einzelnen Themen, deren Entstehungsphasen im Designteam aber auch Einblicke in die Produktion der einzelnen Elemente. Zu sehen ist der Film auf dem neuen Youtube-Kanal von Barthelmess unter:
www.youtube.com/BarthelmessChannel

Pressekontakt:

Barthelmess Group
Julia Rupprecht
Schwabacher Strasse 510
90763 Fürth
Germany
Tel.: +49 (0)911-9713-246
Fax: +49 (0)911-9713-328
E-Mail: jr@barthelmess.com
www.barthelmess.com
www.decorado.de
www.barcana.de