

Christmasworld/Paperworld

Die Trends 2021/22 treffen den Nerv der Zeit

Mittwoch, 27.01.2021

Wie Einkäufer und Hersteller sich auch in diesen außergewöhnlichen Zeiten und ohne Leitmesse auf das kommende Businessjahr vorbereiten können, zeigen die Christmasworld und Paperworld Trends 2021/22 unter dem Titel „Together“. Drei gemeinsame Trenderaussagen stellen die kommenden Themen, Farben, Materialien, Inspirationen und Styles vor, die unseren neuen Alltag – ob im Home Office oder Büro begleiten. Sie geben dem internationalen Deko- und PBS-Handel Orientierung für die individuelle Produktzusammenstellung.

„Ganz aktuell und besonders wenn die Lockdown-Phase im stationären Einzelhandel überstanden ist, steckt in den Christmasworld und Paperworld Trends großes Potenzial für einen Restart“, sagt Julia Uherek, Bereichsleiterin Christmasworld, Paperworld, Creativeworld, Messe Frankfurt Exhibition GmbH. Deswegen werden die Trends auch Teil des Programms des Consumer Goods Digital Days am 20. April 2021 sein. Die Christmasworld und Paperworld Trends sind eine wichtige Inspirationsquelle für den Handel. Sie bieten eine konkrete Orderhilfe und hilfreichen Leitfaden für eine moderne und gleichzeitig umsatztreibende Sortimentsgestaltung sowie Warenpräsentation. Die Trendscouts Claudia Herke, Cem Bora und Annetta Palmisano vom Stilbüro bora.herke.palmisano leiten ihre Prognosen von den aktuellen Strömungen in Mode, Gesellschaft und Interior Design ab und treffen damit genau den Nerv der Zeit.

Together ist aktuell ein starker Begriff und steht für das Zusammenstehen in Krisenzeiten. „Wir sind digital vernetzt und jederzeit erreichbar. Doch wir erleben es zunehmend als Luxus, abzuschalten und offline zu sein. Die Natur, die uns dafür Rückzug und Ruhe bietet, erleben wir als bedroht und schützenswert. Der Gedanke von Recycling und Upcycling gewinnt dadurch immer deutlicher an Dynamik. Das sind Themen, die wir in den Produktwelten der Christmasworld und Paperworld verstärkt sehen werden“, sagt Annetta Palmisano vom Stilbüro bora.herke.palmisano, das die Christmasworld und Paperworld Trends im Auftrag der Messe Frankfurt entwickelt und gestaltet.

„Together“ – die neuen Christmasworld und Paperworld Trends

Die Produkt- und Stilwelten rund um saisonale Dekoration, Festschmuck und gewerblichen Bürobedarf sowie privat orientierten Papier-, Schreibwaren- und Schulbedarf nähern sich in den weltweiten Konsumtrends immer stärker an. Moderne Lebens- und Arbeitskonzepte lösen die klassischen Grenzen immer weiter auf. Nachhaltigkeit und eine generelle Achtsamkeit werden immer mehr als zentrale Themen begriffen.

„Auch die Rolle des Handels befindet sich im Wandel: Anstelle von kurzlebigen Designs und unüberschaubaren Kollektionen gilt es, einen passenden, glaubwürdigen und anregenden Produktmix zusammenzustellen. Erfolgreiche Beispiele liefern weltweit innovative Concept Stores und kreative Händler“, bestätigt Designerin Claudia Herke. Angesagte Stores durchmischen ihre Angebote: Neue Ware, Second Hand, Mode, Blumen, Dekoration, Papeterie, Café, Wohlfühlen, Arbeiten – alles wird vereint präsentiert. Doch erst durch eine kuratierte Auswahl wird es zum Spiegel für einen neuen, achtsameren Lifestyle.

Die Konsequenz sind drei gemeinsame Trenderaussagen: „contemplative approach“, „heirloom feelings“,

„spirited response“.

„contemplative approach“ – Natur als Inspirationsquelle

In dieser Stilwelt rückt das Material in den Mittelpunkt der Gestaltung. Nachwachsendes wie Kork, Borke, Jute, Gräser und Holz bestimmt zusammen mit Metall, Marmor und Stein den unpräzisen Look. Haptik ist wichtig. So betonen neben den rustikalen Oberflächen auch fein polierte, handschmeichelnde Finishes die Schönheit der Natur. Alte Handwerkskünste leben wieder auf. In der saisonalen Dekoration wirken Ton und Keramik mit rauem, sandigem Aussehen echt und erdend. Dessins und Motive liefert der Wald in Hülle und Fülle, darunter Eicheln, Rinde, Blätter, Nüsse, Zapfen und Früchte.

„heirloom feelings“ – neue Nostalgie bestimmt das Design

Dieser poetische, junge Stil eröffnet eine optimistische Sichtweise. In der Gestaltung ist viel Künstlerisches, Verspieltes bis hin zu sachlicheren Interpretationen in zarter Farbigkeit zu entdecken. Auffällig ist eine heitere, beschwingte Flora. Es sprießen Blüten, Streublumen, Mille Fleur und Ranken sowie Rüschen, kleine grafische Dessins, Krawatten- und Schachbrettmuster. Prägnant wirken dazu die vielen romantischen Tapisserien als gestalterische Zitate einer goldenen Epoche. Die Freude am Verzieren spiegelt sich in allen Produkt- und Lebensbereichen.

„spirited response“ – Nachhaltigkeit im Fokus

Diese Stilwelt stellt attraktive Alternativen und unkonventionelle Lösungen vor, in denen Zero Waste, Kreislaufwirtschaft, Up- und Recycling im Zentrum stehen. Dabei rückt die Gestaltung des Homeoffice für Job und Schule in den Mittelpunkt. Das Design zeigt sich handwerklich, kreativ, vergnügt, farbenfroh und unkompliziert. Stark wirken organische Formen und plakative, illustrative Dessins, die an die 60er-Jahre erinnern. Von Hand geschrieben oder gezeichnete Printmotive, kindliche Skizzen und Ideen mit Improvisations-Charakter runden den originellen Style ab.

Nächste Messetermine

Im Rahmen des Consumer Goods Digital Days am 20. April 2021 werden die Christmasworld und Paperworld Trends als digitaler Vortrag stattfinden und konkrete Tipps zur Umsetzung vermitteln. Bis es soweit ist, stehen Downloads auf den Messe-Websites und weitere Informationen sowie Beiträge auf www.conzoom.solutions bereit.

Der Consumer Goods Digital Day findet am 20. April 2021 statt.

Die nächste Christmasworld findet vom 28. Januar bis 1. Februar 2022 statt. Die nächste Paperworld und Creativeworld finden vom 29. Januar bis 1. Februar 2022 statt.

Die Trends 2021/22 treffen den Nerv der Zeit

Links

- [International Consumer Goods Show](#)
- [Christmasworld](#)
- [Paperworld](#)