Heimtextil-Blagnachrichten

Gast-Beitrag: Interview mit Designer-Büro FranklinTill: Trends erkennen und nutzbar machen

Kate Franklin und Caroline Till sind verantwortlich für die Gestaltung des Theme Parks 2018

Samstag, 09.12.2017

Der Theme Park der Heimtextil steht diesmal unter dem Motto „The Future Is Urban“ und wird vom Londoner Trendbüro FranklinTill inszeniert. Wie unsere Welt durch den Makrotrend der steigenden Urbanisierung beeinflusst wird und welche Prognose für künftiges Interior Design daraus zu ziehen ist, erklärt das Designer-Duo Kate Franklin und Caroline Till im Interview.

Wie rückte das Thema Urbanisierung in Ihren Fokus?

Angestoßen durch die schwindelerregenden Statistiken globaler Organisationen wie der UN genauso wie durch die Diskussionen verschiedener Parteien, haben wir das Thema Urbanisierung enteckt und einige Monate untersucht. Alarmierend ist, dass am Ende dieses Jahrhunderts nahezu jeder von uns in einer Stadt leben wird. Tatsächlich wird es bis 2030 weltweit 41 Mega-Cities mit über 10 Millionen Einwohnern geben – in manchen von ihnen, wie in Tokio, werden über 40 Millionen Menschen leben. Diese riesige urbane Migration könnte die wichtigste Veränderung für die Menschheit sein und diese städtisch geprägte Zukunft wird beeinflussen, wie wir unsere Umgebung gestalten.

Wie haben Sie die Brücke geschlagen zwischen diesem globalen Thema und der Inszenierung der damit verbundenen Trends im Theme Park?

Wir haben uns dem globalen Phänomen der Bevölkerungswanderung aus ländlichen Gebieten in städtische Gegenden intensiv genähert. Wir verfolgten dabei einen stärker auf den Menschen fokussierten Ansatz anstatt Architektur- oder Stadtplanungsthemen zu diskutieren.

Wir haben uns beispielsweise Antworten angeschaut, die sich auf unseren sich verändernden, immer nomadischeren Lebensstil und den Bedarf, kleinere Räume zu kreieren, beziehen. Wir erforschten, wie wir unsere urbanen Räume gestalten können, um uns ein gesünderes und glücklicheres Leben zu ermöglichen.

Forests Mini Living by Asif Khan

Außerdem schauen wir, welche Rolle Technologien darin spielen können und wo die Materialien und Ressourcen der zukünftigen Stadt herkommen werden und wie wir die städtische Umgebung nachhaltiger machen können. Nicht zuletzt haben wir eingeordnet, wie sich die Arbeit der Design- und Kreativ-Community entwickelt, inspiriert von den kommenden Herausforderungen der urbanen Zukunft.

Hat sich die Trendforschung verändert, seitdem Influencer wie Blogger täglich neue Trends ins Netz bringen?

Die explosionsartige Zunahme von Bloggern und Pinterest haben zu einem exponentiellen Wachstum von Trend-Informationen geführt. Diese sind jedoch meistens von sehr kurzfristiger ästhetischer Wirkung und ohne nachhaltige tiefgehende Bedeutung, die in gesellschaftlichen Kultur-Bewegungen begründet ist. Manche stellen sich den Trend-Forscher als Zigeuner mit Kristall-Kugel vor.

In Wahrheit basieren echte Trendvoraussagen nur auf Forschung. Genau wie Naturwissenschaftler schauen wir auch auf die Peripherien – also darauf, was am Rand passiert, und welche Innovationen sichtbar werden. Diese müssen dann kartographiert werden, danach kommt die Vorhersage, die Vorausahnung von Streumustern und Korrelationen. Deshalb geben wir auch keine Trendempfehlungen.

Wir sehen Trends wie Werkzeuge, die den Menschen vielleicht bei der Kommunikation behilflich sind, wie eine Marke oder ein Produkt gesehen und verstanden werden können – in einer Welt, die sich in der Entwicklung und im Wandel befindet. Da der Markt mehr denn je dem Wettbewerb ausgesetzt ist, darf man nicht stehen bleiben. Man muss sich ständig bewusst sein, welche Herausforderungen auf die Industrie zukommen, und wie dies das Leben der Kunden beeinflusst.

Interview mit Designer-Büro FranklinTill: Trends erkennen und nutzbar machen