SICHERHEIT, OPTIMISMUS, RUHE

Weihnachtstrends 2022

Kaum hatte man das Gefühl, die Coronakrise einigermaßen oder zumindest zeitweise überwunden zu haben, sorgte der Krieg Russlands gegen die Ukraine für erneute Sorgen und Ängste. In den Trendprognosen zu Jahresbeginn war diese Entwicklung noch nicht abzusehen. Also fragten wir Gabriela Kaiser, wie sie die Auswirkungen des Kriegs auf Advent und Weihnachten 2022 einschätzt. Die Trendexpertin antwortete zwischen der Möbelmesse in Mailand und den „3 days of design" in Kopenhagen.

Im Gespräch: Gabriela Kaiser, Landsberg am Lech, und Edith Strupf Foto: Christmas Trend Group

Foto: Kaiser

Im Gespräch mit GABRIELA KAISER

Gabriela Kaiser versteht sich als Impulsgeberin und Ideenentwicklerin mit Blick über den Tellerrand hinaus. Ihr Ziel: bodenständige, kommerzielle Konzepte. Im Mittelpunkt stehen dabei die Wünsche und Bedürfnisse der Kunden. Sie hält Vorträge, veröffentlicht Beiträge zum Thema Trends, Design und Lifestyle in Fachzeitschriften und zweimal jährlich ein Trendbook. Nähere Infos und Kontakt: www.trendagentur.de

Frau Kaiser, wie haben sich die Bedürfnisse der Menschen durch den Krieg in der Ukraine verändert?

Es gibt nicht den einen Weg, wie Menschen auf Krisen reagieren. Manche verdrängen die Krise schlichtweg, manche sind in einer Art Schockstarre, andere dagegen müssen unbedingt etwas tun, wieder andere flüchten sich in eine heile Traumwelt. Zum Teil spielt daher Sicherheit eine besonders wichtige Rolle, zum Teil ist positiver Optimismus jetzt sehr wichtig, und andere fühlen sich vor allem gestresst und suchen nach Ruhe.

Was bedeutet das für Advent und Weihnachten 2022?

Ein Teil der Menschen setzt auf Bewährtes. Denn was schon immer richtig und gut war, wird auch in Zukunft richtig sein. Zudem fühlen wir uns damit in unsere unbeschwerte Kindheit zurückversetzt. Das tut uns emotional natürlich gut. Für Weihnachten bedeutet das, dass alte Traditionen eine besonders große Rolle spielen. Das zeigt sich vor allem in einer rotgrünen Farbigkeit und typischen Elementen wie Adventskranz, *Ilex*, Nussknacker und Co. Einer jüngeren, modern orientierten Zielgruppe kann man dieses Design durch eine cleanere Interpretation öffnen: Indem man viel frisches Weiß und grafisches Schwarz zu Rot und Grün gesellt und traditionelle Elemente stilisierter zeigt. Auch die Formensprache der Produkte ist reduzierter.

„Dass die Zyklen mit neuer Ware langsamer werden, tut uns und dem Planeten gut."

In unserer unruhigen und stressigen Welt ist für einige Menschen aber auch eine Rückzugsoase im eigenen Zuhause wichtig. Die Farbbasis sind hier viele Beige- und Grautöne. Als Farbakzent dazu ist ein weicher Mint-Ton schön, der das Eisige aufnimmt, ohne dass es zu unterkühlt wird. Die Motive kommen oftmals aus der Natur oder sind grafisch – beides darf auch gerne kombiniert werden. Bei Mustern sind ganz kleine Allover stark im Kommen, aber auch großzügige Muster sind gefragt. Insgesamt wirkt alles ruhig und unaufgeregt. Die Aussage geht in Richtung reduzierter Skandi-Look mit Naturmaterialien.

Energie tanken mit fröhlich lebendigen Farben

Für eine weitere Gruppe ist ein positiver Optimismus in den eigenen vier Wänden wichtig. Damit können sie wohltuende Energie tanken. Hier geht es um fröhlich lebendige Farben, und dabei vor allem um Gelb, Orange, Pink und kräftiges Grün, die wunderbar zu klassischem Rot kombiniert werden können. Fröhliche Motive sowie witzige Formen zaubern uns ein Lächeln ins Gesicht, düstere Gedanken weichen. Hier findet ein Feuerwerk an Farben und

Traditionelle Farben und Motive können mit Schwarz und Weiß und reduziertem Design für eine jüngere Zielgruppe interpretiert werden. Hier ein Beispiel der Christmas Trend Group.

Mustern statt, es darf gerne etwas „lauter" werden, denn es wird fröhlich gemixt und gematcht. Gerne dürfen auch vorhandene Dekorationen oder Flohmarkt-Funde integriert werden. Hier geht es nicht um Perfektionismus, sondern ein gut gelauntes, individuelles Wohn- und Deko-Patchwork.

Wie groß bleibt das Bedürfnis nach Neuheiten?

Viele Menschen lieben Abwechslung und das bieten Neuheiten. Das Problem war, dass die Industrie, vor allem die Mode, Neuheiten in immer schnelleren Abständen auf den Markt brachte, was teils dazu führte, dass es die Produkte nicht mal mehr auf die Verkaufsfläche schafften. Für mich sieht es so aus, als ob so langsam wieder eine Entschleunigung stattfindet, dass also die Zyklen mit neuer Ware wieder langsamer werden. Das tut uns allen und auch dem Planeten gut. Sich ein neues Produkt zu gönnen, um damit einen frischen Look in sein Zuhause zu bringen, ist ja erst einmal nichts Schlechtes, aber dieses Produkt sollte nicht minderwertig sein und schnell wieder entsorgt werden. Wichtig ist, die Lebensdauer unserer Produkte wieder zu erhöhen.

Secondhand erlebt einen Boom

Ist absehbar, dass Kunden tatsächlich weniger und dafür zeitloser kaufen?

Die Einkommensschere geht in Deutschland ja schon länger auseinander. Auf der einen Seite haben wir die, denen es finanziell so gut geht, dass sie sich beim Einkaufen nicht wirklich Gedanken machen müssen, was ein Produkt kostet. Sie können ohne Probleme teure und nachhaltige Produkte kaufen, sind des Konsums zum Teil sogar überdrüssig geworden. Diese Gruppe – natürlich auch nicht alle – hat

begonnen, weniger, achtsamer und zeitloser zu kaufen. Auf der anderen Seite haben wir eine große Gruppe von Menschen, die wenig verdienen, teils gerade so über die Runden kommen und die ihre Bedürfnisse von daher nur mit billigem Konsum stillen können. Diese kaufen gerne trendige, oftmals „laute" Produkte und lassen sich dabei vom günstigen Preis verführen. Diese Produkte sind leider oft minderwertig, aber etwas Wertiges können sie sich nicht leisten. Im Übrigen erlebt Secondhandware gerade wieder einen Boom. Zum einen ist Gebrauchtes günstiger, zum anderen werden eben keine neuen Ressourcen verbraucht und die Lebensdauer der Produkte wird verlängert.

Es gibt immer mehr nachhaltige Produkte

Gerät das Thema Nachhaltigkeit durch die Inflation in den Hintergrund?

Da nachhaltige Produkte oftmals teurer sind, kann sich diese leider nicht jeder leisten. Nachhaltig zu leben setzt voraus, dass man entweder genug Geld hat oder aber Konsumeinschränkungen in Kauf nimmt, weil man sich dann eben andere Dinge nicht gönnen kann. Der Kauf von nachhaltigen Produkten wird von daher erst einmal einbrechen. Langfristig gesehen wird unser Weg aber auf jeden Fall weiter in Richtung Nachhaltigkeit gehen, denn es wird immer mehr nachhaltige Produkte geben und dann werden die Preise sinken. Schon jetzt bieten auch Discounter ökologische Produkte an und machen diese damit massentauglich.

Spielt Wohndekoration in Krisenzeiten überhaupt noch eine Rolle?

Ein schön eingerichteter Wohnraum wird erst durch die Dekoration zu unserem persönlichen, individuellen Zuhause – durch Bilder oder Fotos an den Wänden, Pflanzentöpfe im Regal, Teelichtgläser und eine schöne Vase mit Blumen auf dem Tisch. Und gerade in schweren Zeiten sind es die kleinen Dinge, die unser Herz erfreuen. ■

MESSEN, BEDARFSHÄNDLER UND ABHOLMÄRKTE

Ordern für Advent und Weihnachten

Weihnachten kommt – sicherlich mit Adventskranz, Kerzen und Zimtduft. Und hoffentlich ohne neue weltweite Krise. Damit die Lager rechtzeitig zum Advent gefüllt sind, gilt es in diesem Jahr mehr denn je, früh zu ordern und auf verschiedene Lieferanten zu setzen. Parallel zu den Ordermessen lohnt sich die Fahrt zum Bedarfshändler oder Cash-&-Carry-Markt. Dort kann man spontan auswählen und genau das mitnehmen, was für die nächsten Wochen benötigt wird. Heidy Hetper, Aalen

Fotos:Nordstil/Jean-Luc Valentin (1, 3), Costoluto (2), Formland/Tony Brochner (4)

1

2

3

4