

# COLOUR UP! IT

Fotos: Studio Spelling, Farrow & Ball



**Versus**  
Vintage-Farbkarte (l.) und Farrow & Ball  
Trendfarben 2021 – es gibt sie eben doch, die  
Trendverschiebung über Jahrzehnte hinweg.

Da sind sie wieder – die Trendfarben fürs neue Jahr.  
Nein, es geht nicht darum, jetzt den Gasträum  
schnell-schnell in »Digital Lavender« umzustreichen,  
das wäre »Fast Fashion«-Irrsinn. Aber:  
Gusto holen, das geht!

TEXT ALEXANDRA GORSCHKE



**Farbkarte mal anders**  
Rachel Spellings Arbeit kann ja nur inspirieren.

Farben können eine Zeitreise sein«, schwärmt Künstlerin Rachel Spelling. »Seit es die Farbfotografie gibt, können wir gewisse Farben Zeitepochen zuordnen.« Das stimmt fraglos. Wer an die 1970er denkt, kommt nicht um Orange herum, in den 1950ern war's pastellig – und so weiter. Man kann also Spellings Gedankengang nachvollziehen, wenn sie sagt: »Trendfarben haben durchaus Substanz. Wir alle kanalisieren ständig die visuellen Eindrücke, die auf uns einprasseln – und diese Eindrücke, diese Informationen, ändern sich natürlich laufend. Daher funktionieren manche Farben in einer Zeit und in einer anderen nicht. Das hat ökonomische, politische und soziale Gründe.« In den 1970er-Jahren ging es fraglos um Aufbruch und Widerstand, da durften auch die Farben rebellieren. Und in den 2020ern? Wer die letzten Jahre Revue passieren lässt, kommt nicht umhin, dass es oft um einen beruhigenden Effekt ging, um eine Renaturierung des Menschen, ums Ankommen. Man könnte es, wie gefühlt alles, auf die Pandemie schieben, aber das wäre im wahrsten Sinne zu kurz gedacht. Im PROFI-Farbtrendbericht aus dem Jahr 2019 heißt es zum Beispiel: »Der seit Jah-



**Lockdown-Studio**  
Spellings Miniaturen  
entstanden 2020.





**Viva Magenta**  
Pantones Farbe 2023  
strotzt vor Stärke.

> ren zu beobachtende Trend hin zu Farb-  
tönen, die der Natur entspringen, macht es  
aber möglich, dass Cognac, Toffee, Tobacco  
oder Cinnamon für Aufsehen sorgen.« Und  
genau diese drei Jahre alte Feststellung ist  
doch irgendwie beruhigend. Trendfarben  
kommen und gehen – aber eben doch nicht  
jährlich, sondern über einen deutlich länge-  
ren Zeitraum. 2018 etwa machte »Ultravio-  
let« die Runde und 2022 »Very Peri« (beides  
Pantone). Auch wenn das Pantone rot-blau  
vielen very wurscht war: das Thema bleibt  
uns erhalten, zumindest wenn es nach dem  
Trendforschungsinstitut WGSN geht: Ein  
helles Violett namens »Digital Lavender«,  
das der Welt von Instagram quasi entrissen  
wurde, ist ihr Farbton 2023.

3D-Künstler:innen verzaubern auf der Social  
Media Plattform seit längerem die Follower  
mit Fantasie-Welten, viel zu schön, um wahr  
zu sein. Und sie sind auffällig oft violett an-  
gehaucht. WGSN (auch Hersteller des Farb-  
systems »Coloro«) plädiert für diese Nuance,  
die Ruhe und Fröhlichkeit suggerieren soll.  
Bei diesen Attributen wird wohl keiner »Bitte  
nicht« rufen. Außer vielleicht er:sie führt eine  
Bar. Künstlerin Spelling zeigt sich in Sachen  
»Digital Lavender«, sagen wir mal, zögerlich.

»In einem Restaurant wird Lavendel immer  
etwas ironisch oder äußerst nostalgisch wir-  
ken«, ist sie überzeugt und erinnert sich im  
gleichen Atemzug an einen Besuch in einem  
Berliner Restaurant in den 1990ern. »Ich bilde  
mir ein, dass die Tischtücher und Servietten  
in dieser Farbe waren, vielleicht sogar die  
Wände. Schon damals wirkte das wie aus  
der Zeit gefallen, wie aus Ost-Berlin in den  
1980ern.« Die Britin Spelling hat sich insbe-  
sondere seit März 2020 sehr intensiv mit un-  
terschiedlichen Farbnuancen beschäftigt, ge-  
nauer gesagt mit den Farbfächern der Firma  
Farrow & Ball. Es ist gar nicht so einfach zu  
erklären, was sie gemacht hat, am besten  
man sieht sich ihre Arbeit einfach an. »Ich  
hatte damals das Gefühl, dass die Welt  
schrumpft«, erinnert sie sich. Also hat sie  
auch ihre eigene Arbeit »Alice im Wunder-  
land«-mäßig geschrumpft. Konkret begann  
sie, kleine Kunstwerke auf die Farbkarten zu  
pinseln, sie wurden zu Lilliput-Leinwänden.  
Und zwar 132 davon. Das war so speziell  
und so bezaubernd, dass sich insbesondere  
die Social-Media-Welt begeistert zeigte. Far-  
row & Ball selbst auch. Spelling verewigte  
ihre kleine große Kunst auch auf deren  
Trendfarbkarte für 2021. >



**Alizarin**  
So nennt sich die rot-braune  
Trendfarbe 2023 von  
Graham & Brown.

**Electric Lavender**  
Eine gewagte Trendfarben-Wahl.  
Zumindest im Interior-Bereich.



Fotos: Shutterstock, Pantone, Graham & Brown



winterhalter®



**PT UTENSIL**

Gerätschaften und Geschirr. In einer Maschine.

Sie vereint zwei Anwendungen in einer Maschine. Sie spült sowohl Gerätschaften als auch Geschirr. Und sie liefert in beiden Fällen dauerhaft erstklassige Spülergebnisse: die PT Utensil. Sie ist das Hybridmodell von Winterhalter und erfüllt höchste Ansprüche an Sauberkeit, Hygiene und Ergonomie. Egal, ob Sie zwischen den Anwendungen wechseln oder sortenrein spülen.



www.winterhalter.at/pt

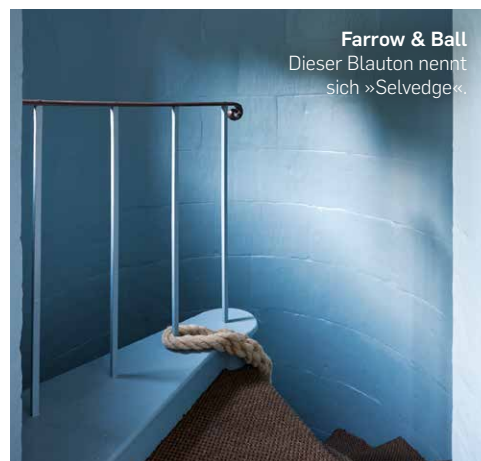


## INSEL-FEELING

**Insta-Darling** »Hallo Farrow & Ball friends!« So begrüßt Brand Ambassador Patrick (Paddy) O'Donnell die 1,5 Millionen Instagram-Follower auf dem Social Media Kanal des Farbenherstellers. Seinem eigenen Account folgen 31 k. Er gäbe »keine Farb-Ratschläge, sorry«, steht da prominent platziert. Für PROFI öffnete er exklusiv die Türen seines aktuellen Projekts »Fonthill Arch« in Großbritannien.

**In Balance** »Im Falle des »Fonthill Arch« spielen wir hauptsächlich mit sanften Farben, die von sanftem Blau/Grau bis hin zu wärmenden, erdigen Rosatönen reichen. Zusätzlich fügten wir unerwartete Elemente hinzu – durch dunklere Farbtöne.« Das mache die Veränderung »zeitgemäßer«, so O'Donnell. Kombiniert wurden neue Töne (siehe Text rechts) mit Archiv- und Kollektionsnuancen. Und genau das ist die Message: Trendreports sind schön und gut, aber man muss weiterdenken.

> Für 2023 gibt es natürlich auch wieder elf Trendfarben von Farrow & Ball. Dieses Jahr – zum ersten Mal seit 2018 – neue Nuancen. Die Palette reicht von dezentem Rosé bis zu feurigem Rot. Die Farben versprechen laut dem südenglischen Hersteller »Momente voller Freude und Gemütlichkeit«. Auch das kaufen wir gerne! Natürlich versprechen auch all die anderen »Best of 2023«-Farbtöne so einiges, es fällt auf, dass warme Farbtöne die Überhand haben. Wer sich traut, greift zu einem Rotton! Zuhause vermutlich für die wenigsten denkbar, aber in Restaurant oder Bar ist das halt etwas ganz anderes, das weiß auch Spelling: »Für mich haben Hospitality Interiors viel mit Outfits zu tun. Wir brezeln uns auf und reflektieren auch mehr die visuellen Eindrücke unserer Umgebung, als zuhause. Und genau so verhält es sich mit Restaurant- und Bar-Design. Es ist quasi ein bestmöglich gekleideter Raum!« Die Message ist klar: es muss nicht »Digital Lavender« oder »Raspberry Blush«, sein – sondern Spaß machen und zur Marke passen. Die Hauptsache ist: man traut sich, Farbe zu bekennen. <



**Farrow & Ball**  
Dieser Blauton nennt sich »Selvedge«.



**Beverly**  
Aus der Palette der neuen Farrow & Ball-Töne.

