

19-4052

Es ist Anfang 2020 – und nicht nur im Rheinland ist es stürmisch. Weltweit geht es turbulent zu. Doch es gibt eine Konstante. Pünktlich zu Jahresbeginn verkündete das amerikanische Unternehmen Pantone wie immer „the Color of the Year“. 2020 ist es „Classic Blue“ (19-4052) – das klassische Blau. Ein tolles Marketinginstrument für Pantone und idealer Ideengeber für Designer, Künstler und Hersteller.

„Classic Blue“ soll laut Pantone beruhigen, dem Blau des Abendhimmels ähneln, ein Gefühl von Harmonie und Geborgenheit vermitteln. Blau sei das Zeichen für Lebensfreude und Optimismus, so der Farbexperte. In der Farbpsychologie symbolisiert Blau Sicherheit. Verständlich also, dass es die Farbe auch zahlreicher (inter-)nationaler Sicherheitsorganisationen bzw. -behörden ist. Unsere Polizei trägt Blau. Die EU-Flagge ziert sie; Blau ist die Farbe der Nasa, der Vereinten Nationen und der amerikanischen Demokraten.

Politikerinnen und Politiker tragen gerne Blau und auch First Ladies zeigen sich mitunter in Blau gehüllt auf dem internationalen Parkett.

Mit der Farbe des Jahres hat Pantone in vielen Branchen einen bedeutenden Einfluss auf Trends, Empfehlungen, (Kauf-)Entscheidungen und berät zu Markenidentität und Produktentwicklung. Mit der Hilfe verschiedener – nicht näher nachvollziehbarer – Trendanalysen durch sogenannte Farbexperten beobachtet und prognostiziert das Unternehmen jedes Jahr die neuen Farbtrends. Ist die Entscheidung für die Farbe des Jahres gefallen, wird in allen Produktbereichen schnell reagiert.

Die spanische Designerin Patrizia Pepe beispielsweise erfreut in diesem Frühjahr die Modewelt mit einem klassischen kornblumenblauen Damenmantel. Die „Izipizi“-Lesebrille, das universelle Unisex-Modell, gibt es ab sofort im selbstbewussten „Navy Blue“. Auch Disney wusste schon um die Wirkung dieses Farbtons und ließ in seinen Märchen Prinzessinnen und Heldinnen in Blau erstrahlen. Das Pantone Color Institute™ unterstreicht dabei Disneys Absicht, die stereotype Zuordnung der blauen Farbe zum männlichen Geschlecht zu durchbrechen und mit Blau bewusst die Stärke der Frauen bzw. Heldinnen zu unterstützen. And the winner is?



PAMONO:
DOT BEISTELLTISCH VON REDA AMALOU,
CA. 943 EURO, PAMONO.DE



THE BOX: IZIPIZI-LESEBRILLE,
CA. 30 EURO, IZIPIZI.COM



PATRIZIA PEPE: DAMEN-MANTEL,
CA. 549 EURO, PATRIZIAPEPE.COM



GEMÄLDE „PARADEBILDNIS DES KÖNIGS VON FRANKREICH,
LOUIS XIV“ VON HYACINTHE RIGAUD
© Wikimedia/Louvre

Historisch betrachtet wurde Blau erst spät entdeckt. Lediglich in Ägypten wurden blaue Pigmente durch ein Calcium-Kupfer-Silicat selbst hergestellt: „Ägyptisch-Blau“ war geboren. Da blaue Farbstoffe wertvoll, kostbar und sehr selten waren, war die Farbe früher den „Mächtigen“ vorbehalten: Die Bourbonenkönige rund um Ludwig den XIV. ließen sich von der Trendfarbe inspirieren und schmückten damit ihr Wappen. Für das Öl-Gemälde des Malers Hyacinthe Rigaud – „Paradebildnis des Königs von Frankreich, Louis XIV (1683-1715)“ – posierte Ludwig der XIV. u. a. in einem mit Lilien bestickten Krönungsmantel aus blauem Samt, abgebildet vor Hocker und Sessel in demselben blauen Muster. Der König wurde mit dieser Farbwahl zum Trendsetter für andere Blaublüter. ▶



PAMONO:
DJINN LIEGESTUHL VON OLIVIER MOURGUE
FÜR AIRBORNE INTERNATIONAL, 1960ER,
PAMONO.DE

► Und auch heute gibt es wieder Möbel in Blau, die einen Hauch von Prunk und Pracht nach Hause bringen: Wie eine Königin bzw. ein König fühlt man sich jedenfalls, wenn man es sich auf der Dijnn-Chaiselongue von Designer Oliver Morgue bequem macht. Die Liege ist im Vintage-Design der 1960er-Jahre gehalten. Den passenden Beistelltisch „Dot“ des französischen Designers und Architekten Reda Amalou kann man alternativ auch als Hocker verwenden. Das samtblaue Bett von Musterring erinnert an Betten, die man sonst nur beim Besuch prächtiger Schlösser zu sehen bekommt. Schließlich fehlt nur noch eine königlich gedeckte Tafel, z. B. ein Tisch mit dem blauen Besteck von Villeroy & Boch, gekrönt vom blauen Alessi-Tafelaufsatz „Joy“ von Designerin Claudia Raimondo. Die vielen Facetten des gebogenen und mit geschickten Verwerfungen arbeitenden Metalls lassen ein tolles Farbspiel durch Licht und Reflexe entstehen.



VILLEROY & BOCH: BESTECK, MEHRTEILIG, VILLEROY-BOCH.DE



ALESSI: SCHALE „JOY NR. 1“, CA. 90 EURO, ALESSI.COM

Doch Vermarktung und Politik hin oder her: Blau ist seit langem schon die Lieblingsfarbe vieler Menschen, so das Ergebnis einer Umfrage von 2015, die YouGov, ein britisches Markt- und Meinungsforschungsinstitut, mit fast elftausend Menschen in zehn Ländern durchgeführt hatte. Eine Studie (2013) der Wissenschaftlerin Michiko Ueda, Waseda-Universität in Tokio, ergab sogar, dass die Verwendung von blauem Licht in 71 japanischen Bahnhöfen – 14 davon in Tokio – mit dazu beigetragen haben soll, die dortigen hohen Suizidraten um drei Viertel zu verringern. Die blau beleuchteten Bahnhöfe wurden dabei von 2000 bis 2013 mit benachbarten normal ausgeleuchteten Bahnhöfen verglichen. (Lilian Pfender)

Alle Preise sind ohne Gewähr.



MUSTERRING: BOXSPRING-BETT „EVOLUTION“, MUSTERRING.COM



ENTSPANNEN · TAGEN · GOLFEN

Das Vier-Sterne-Hotel Gut Heckenhof besticht durch seine moderne Architektur in Verbindung mit Natur pur. Der 27-Loch-Kurs gehört golferisch zum Attraktivsten, was die Region zu bieten hat. Im großen Clubhaus speisen die Gäste in der rustikalen Brasserie oder in zwei stilvollen Restaurants mit Terrassen auf zwei Ebenen. Eine Anlage der Extraklasse im Naturpark Rhein-Sieg, harmonisch eingebettet in ein Landschaftsschutzgebiet mit traumhaften Fernblicken und ohne störende Außeneinflüsse.

Stay & Play

Genießen Sie einen golferischen Kurzaufenthalt bei uns: Mit einer Übernachtung, einem reichhaltigen Frühstücksbuffet, einer 18-Loch-Golfrunde sowie einem köstlichen Abendessen. Außerdem stehen der Fitnessraum, Wellness mit Sauna und das Soledampfbad zur Verfügung. Massage auf Anfrage und gegen Gebühr.

Mehr Informationen unter:
gut-heckenhof.de/hotel/arrangements/stay-play

Stay & Play
ab **129,- €**
pro Person

Tagen im Grünen

Verbinden Sie kreatives Arbeiten mit Entspannung und sportlichen Aktivitäten inmitten einer traumhaften Golfanlage. Buchen Sie einen Golfschnupperkurs als Teambuilding Event und lernen Sie Gut Heckenhof auch von der golferischen Seite kennen.

Mehr Informationen unter:
gut-heckenhof.de/tagen

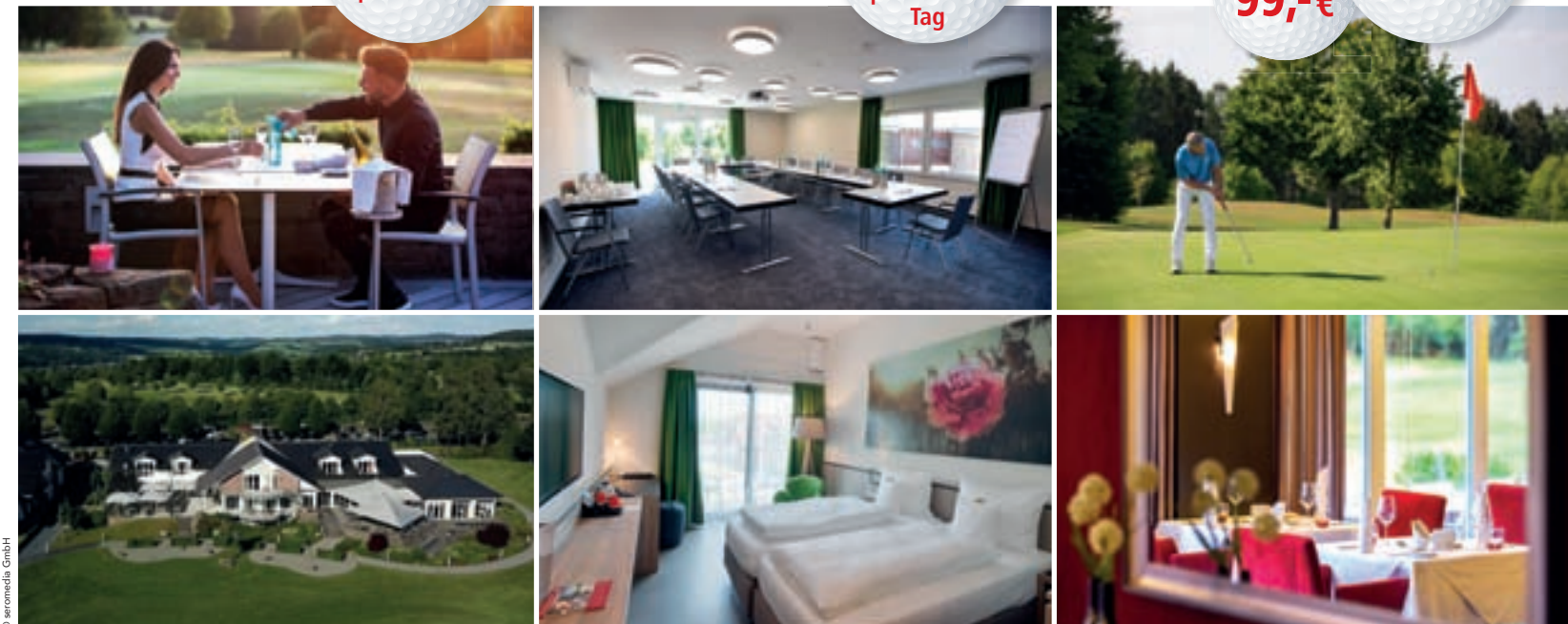
Market Range
ab **58,90 €**
pro Person/
Tag

Golfkurse

Sie wollten schon immer einmal ausprobieren, ob Ihnen der Golfsport Spaß macht? Das Golfresort Gut Heckenhof bietet auf seiner 27-Loch-Meisterschaftsanlage speziell auf Golfinteressierte und Anfänger zugeschnittene Kurse und Mitgliedschaften an.

Mehr Informationen unter:
gut-heckenhof.de/golf

Golf-
mitgliedschaften
ab **319,- €**
Platzreihe
99,- €



© hermedia GmbH

WASSER MARSCH!

WASSER IST DAS LEBENSMITTEL NUMMER 1. AUSREICHENDE FLÜSSIGKEITZUFUHR IST EINE WOHLTAT FÜR DEN KÖRPER, ZUMAL WASSER EIN KALORIENFREIER DURSTLÖSCHER IST. UNTER DEM MOTTO „SCHÖNER TRINKEN“ ZEIGEN WIR HIER KARAFFEN, IN DENEN MAN WASSER STILVOLL UND VOR ALLEM AUCH PLASTIKFREI AUF DEN TISCH BRINGT.

Neben Mineralwasser aus Flaschen kann bei uns auch Leitungswasser problemlos getrunken werden. Die Qualität unseres Leitungswassers ist sehr hoch und durch die Trinkwasserverordnung vorgegeben. Um das Wasser optisch möglichst ansprechend zu servieren, erfreuen sich Glaskaraffen in den vergangenen Jahren zunehmend großer Beliebtheit – schließlich trinkt das Auge mit. Eine Karaffe ist aber nicht nur hübsch anzuschauen, sie vermittelt auch ein angenehmes Gefühl von Frische – auf dem Esstisch zu Hause und auf dem Schreibtisch im Büro.

Karaffen sind nicht nur Designobjekte, sondern verfügen auch über verschiedene Funktionen. Es gibt sie mit Sieb, Filter, Kühlakku und sogar mit integrierter Zitruspresse. Sehr beliebt sind auch spezielle Einsätze für Eiswürfel, die das Wasser kühl halten, aber gleichzeitig verhindern, dass das Getränk verwässert. Apropos Getränk: Vielen Menschen fällt es schwer, eine ausreichende Menge an Wasser pro Tag zu sich zu nehmen. Sie weichen auf Softdrinks aus, die jedoch aufgrund ihres meist hohen Zuckergehalts dauerhaft für die Gesundheit nicht empfehlenswert sind. Es hat sich daher ein Trend zum aromatisierten Wasser entwickelt – wie man an den vielen entsprechenden Produkten in den Lebensmittelmärkten erkennen kann. Eine schmackhafte und frische Alternative ist es, dem Wasser in den Karaffen Obst- und Gemüsearomen beizufügen. Orangen- oder Zitronenscheiben, Gurke kombiniert mit Minze machen das Wasser viel genussreicher und so ist es weit davon entfernt, langweilig zu schmecken. Einige Hersteller von Glaskaraffen haben auf diesen Trend sogar schon reagiert, indem sie ihr Behältnis mit Spießen für Obst und Gemüse oder Sieben ausstatten, die die Zutaten beim Ausgießen des Wassers in der Karaffe halten.

Karaffe mit oder ohne Deckel – diese Frage wird häufig gestellt. Um das Wasser länger frisch zu halten, ist eine Karaffe mit Deckel sicher sinnvoll. Wer aber viel trinkt und das Wasser häufig nachfüllt, benötigt eigentlich keinen Deckel. Beliebt sind allerdings Wasserkaraffen, die einen Deckel haben, mit dem man gleichzeitig auch ausgießen kann und der verhindert, dass beispielsweise Zitronenscheiben und Kräuter in die Gläser rutschen.

Auf dem Markt für Wasserkaraffen gibt es viele nützliche und schöne Exemplare, die sich auch wunderbar als Geschenk eignen. Wir stellen Ihnen einige Beispiele vor.

FLOW MOTION VON ALFI

Die Karaffe mit scheinbar schwebendem Kolben ist ein glasklares Highlight. Vom Trendgetränk wie Hugo bis zum klaren Wasser lässt sich Frisches kühl halten und unkompliziert servieren. Der Mix aus Edelstahl und Borosilikatglas sowie das Deckelsystem sind stylische Hingucker: Die 360°-Ausgießfunktion des flip-Matic-Verschlusses funktioniert praktisch und intuitiv, hält dank integriertem Sieb Zitronenscheiben und Eiswürfel zurück und ist leicht zu reinigen. Für die besondere Kombination aus puristischem Design und einfacher Funktion ist Flow Motion bereits mit dem German Design Award ausgezeichnet worden. alfi.de



FLOW VON EMSA

Die formschönen Karaffen bestehen aus einer hochwertigen Edelstahl-Glas-Kombination und haben als Ausgießer eine automatische Verschlusskappe. Dieser schützt vor Insekten und verhindert, dass Zutaten beim Einschenken ins Glas gelangen. Glaskolben und Ausgießer sind spülmaschinenfest. Im Stövchen der Karaffen ist ein Kühlelement integriert, das Getränke bis zu vier Stunden kühl hält. Das Element wird im Gefrierfach aufbewahrt und bei Bedarf in die Karaffenbasis eingesetzt. Flow gibt es in vier verschiedenen Formen: geschwungen, geradlinig, klassisch und dynamisch. emsa.com

FUUM VON BLOMUS

Die Kristallkaraffen gibt es in den Farben smoke, nomad und fungi. Sie verfügen über einen Korkverschluss und setzen Getränke stilvoll in Szene. Die klassische, aber trotzdem moderne Form wird durch die unterschiedlichen Kolorationen – ein rauchiger Grau-, ein goldfarbener Beige- und ein warmer Brauntönen – betont. de.blomus.com



LA BELLA VON BOHEMIA

Diese Karaffe wird wie die Karaffenfamilie Fuum von blomus ebenfalls mit einem Korkdeckel verschlossen, der Getränke vor äußeren Einflüssen schützt und somit auch den Gebrauch im Freien ohne Probleme ermöglicht. Die Karaffen sind aus Kristallglas gefertigt und besonders formschön. Es gibt sie in verschiedenen Größen und natürlich macht sich auch ein leckerer Wein in ihnen sehr gut – begleitet von einer Karaffe mit Wasser. bohemiacrystal.de



KÜHLSCHRANK-KARAFFE VON EVA SOLO

Die Wasserkaraffen sind in diskreten Aquarellfarben – Blau und Grün – erhältlich und eignen sich perfekt für den Esstisch. Wenn die Karaffe nicht zum Servieren verwendet wird, kann man sie in den Kühlschrank stellen – so hat man immer ein erfrischend kaltes Getränk zur Hand. Die Karaffe passt in die meisten Kühlschrankschranktüren. Sie ist mit einem „Anzug“ aus Neopren oder Neopren Mesh erhältlich, der Getränke länger kalt – oder heiß – hält. Beide Anzugarten sind in verschiedenen Farben zu haben. Die patentierte Einfülllippe aus Edelstahl und Silikon sorgt dafür, dass die Karaffe tropffrei ist. Der zugehörige Klappdeckel öffnet sich automatisch. Die Kühlschrank-Karaffe besteht aus Borosilikatglas, das sowohl für Heiß- als auch Kaltgetränke geeignet ist. evasolo.com



KARAFFE BASIC VON WMF

Die Karaffe gibt es im Set jeweils mit einem großen und kleinen Spieß für Obst oder Gemüse – je nach Geschmack. Mit oder ohne Griff – die Karaffen mit CloseUp-Verschluss überzeugen durch ihr modernes Design. Es gibt sie in verschiedenen Größen, von 0,75 l bis hin zu 1,5 l Inhalt. Die große Öffnung erleichtert nicht nur das Reinigen, sondern ermöglicht auch ein einfaches, kleckerfreies Befüllen. wmf.com