

Farbpalette 2002 für Konsumgüter heller und komplexer

Alexandria/Va. (ots-PRNewswire) - Halten Sie bei Produkten, die 2002 auf dem Markt angeboten werden, Ausschau nach weicheren aber auch komplexeren Farben. Der Trend spiegelt den starken und anhaltenden Wunsch wider, der Überflutung der Sinne durch Technologie eine menschliche Sinneserfahrung entgegenzusetzen - so die Color Marketing Group (www.colormarketing.org), ein internationaler, gemeinnütziger Verband von mehr als 1.600 Farbdesignern, die Farben volle drei Jahre im Voraus festlegen und vorhersagen. Zu der Consumer Color Directions Forecast 2002 der CMG gehören:

- Rosa Roja: Multikulturelles, nicht synthetisches Rot. Starkes, romantisches, "Unisex" Rot mit Latino-Einfluss;
- Langostino: Schlägt eine Brücke zwischen Orange, Pink und Rot, jedoch abgeschwächt und verwaschen;
- Tiger Lily: Komplexes, multidimensionales Orange, das die beschwingten floralen Farbtöne der Natur mit dem Glühen des Feuers verbindet;
- Tangy: Natürliches und doch klares Orange;
- Eureka: Ein kühles Gelb, das von Marokko und Vietnam beeinflusst ist;
- Pineapple: Ein blasses, leuchtendes Gelb mit organischen Obertönen;
- Lemoncello: Eine Hybridkreuzung aus Natur und Technologie zu ausgereiftem Gelb mit dem beruhigenden Einfluss von Grün;
- Gingko: Das botanische Grün von getrocknetem Weideland. Vermischt die erregende Frische von Senfgrün mit dem beruhigenden Gefühl von erdigem Moos;
- Mesa Verde: Stark beeinflusst von einem Unterton von Blau, natürlich und beruhigend. Die Rückkehr des wahren Grüns;
- Oxygen: Blauer Himmel, durch einen Glasblock betrachtet. Ein Hauch frischer Luft als silberner Einfluss auf wässrige Blautöne.

- Blue Bayou: Der Wechsel vom klassischen Marineblau hin zu einer aktualisierten Techno-Version von Blau mit einem metallischen, wässrigen Schimmer;

- Fathom: Wichtige Brücke von Grün zu Blau; bedient die Kontinuität und Evolution von Blau-inspiriertem Graublau;

- Essence of Lilac: Extremes, blasses botanisches Blau mit einem Hauch von Violett;

- Moon Shadow: Bietet eine Atempause von der Technologie, reflektiert unsere Faszination mit sphärischen Grautönen;

- Chocolate Raisin: Blendet von Braun zu Schwarz, mit starken Einflüssen aus dem Gartenbau;

- Sycamore: Die Evolution eines klassischen "neutralen" Farbtons, kantig, aber doch luxuriös.

Die Mitglieder der Color Marketing Group (CMG), die 1962 gegründet wurde und ihren Sitz in Alexandria, Virginia, USA, hat, unterstreichen die Funktion, Verkaufsmöglichkeiten und/oder Qualität eines Produkt durch ihr Fachwissen und den angemessenen Einsatz von Farbe. Die Mitglieder der CMG prognostizieren Farbrichtungen für alle Industriezweige, für Fertigprodukte und Dienstleistungen in den Bereichen Konsumgüter/Wohnen, Vertragsware/kommerzielle Produkte für Heim und Garten, Transport, Architektur/Bauindustrie, Kommunikation/Graphik, Mode, Sport/Freizeit und das Umfeld in Büros, im Gesundheitswesen, im Einzelhandel sowie in Hotels, Gaststätten und im Unterhaltungsbereich.

ots Originaltext Service: Color Marketing Group
Internet: <http://recherche.newsaktuell.de>

Rückfragen bitte an:

Jill Moran, Color Marketing Group, Tel. (USA) 703-329-8500
Website: <http://www.colormarketing.org>

*** OTS-ORIGINALTEXT UNTER AUSSCHLIESSLICHER INHALTLICHER

VERANTWORTUNG DES AUSSENDERS ***

OTS0197 2000-08-29/13:15

291315 Aug 00

Link zur Aussendung:

https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20000829_OTS0197