

Pressemitteilung

September 2020

Für die Creativeworld Trends 2021/22 sind die Wege das Ziel

Kerstin Winkel
 Tel. +49 69 75 75-3620
 kerstin.winkel@messefrankfurt.com
 www.messefrankfurt.com
 www.creativeworld.messefrankfurt.com

Die Corona Pandemie hat viel verändert, denn die letzten Monate waren geprägt durch mehr Zeit zu Hause, mehr Zeit mit der Familie, und somit auch Zeit fürs Hobby. Während alles digitaler wurde, sei es durch Home Office, Home Schooling, Videokonferenzen hat das analoge und haptische an Bedeutung gewonnen. Das spiegelt sich deutlich in den Creativeworld Trends 2021/22 wider, die mit viel Frische und sehr naturbewusst positive Zeichen setzen.

Seit März hat sich die Welt gewandelt. Plötzlich gab es Ausgangssperren, Home Office wurde zur Normalität, geschlossene Schulen und Kindereinrichtungen waren an der Tagesordnung. Der Mensch musste sich zu Hause einrichten, die Familie und sich selbst beschäftigen. Während die kreativen Ideen zu Beginn des Lock Down noch sehr vielseitig und erfinderisch waren, ging im Laufe der Wochen und Monate nach und nach die kreative Puste aus. Das stilbüro bora.herke.palmisano hat im Auftrag der Messe Frankfurt die Creativeworld Trends 2021/22 erarbeitet und sich von dieser neu gewonnen Zeit und der schlummernden kreativen Energie inspirieren lassen. „Die kommenden Trends sehen wir unter dem Motto: ‚the routes are the goals‘. Denn für die meisten Dinge im Leben benötigen wir Zeit. Zeit die wir selten haben. Doch durch Corona haben wir diese geschenkt bekommen. Plötzlich waren wir nicht mehr in Eile und mussten schnelle Erfolge erzielen“, sagt Claudia Herke, vom stilbüro bora.herke.palmisano. „Wir konnten uns den kreativen Dingen mit Disziplin, Geduld, Kontinuität und Energie widmen. Wir haben Techniken und Methoden neu aufgegriffen und dabei Erfolge und Misserfolge hingenommen. Deshalb haben wir für die Trends die alte Weisheit `Der Weg ist das Ziel´ aufgegriffen, die aktuell so wichtig und gerade für die Kreativbranche so treffend ist.“

Mit den drei Trendwelten: second strategy, flower treatment und natural procedure zeigen die Designer eine Vielfalt an kreativen Ideen, die für frischen Input für das kreative Hobby sorgen.

Second strategy: nachhaltig und individuell

In einer Gesellschaft, in der wir schneller konsumieren als wir verbrauchen können, rückt der „second use-Gedanke“ in den Fokus. Kleidung wird sozusagen neu aufgelegt: zwei unterschiedliche Stücke werden zu einem, Strickware wird repariert und Schäden in der Kleidung werden zu Highlights. Der Rotweinfleck wird übermalt und so zum Hingucker oder das Loch im Lieblingspulli wird mit farbigem Garn

Messe Frankfurt Exhibition GmbH
 Ludwig-Erhard-Anlage 1
 60327 Frankfurt am Main

umstickt. Spannend hierbei ist die Batik- Technik.-Der große Trend aus den 90ern erlebt eine Renaissance mit Zweifarben-, Kreis- und punktueller Batik, oder der japanischen Shibori-Technik. Die Shibori-Technik funktioniert übrigens auch auf Papieren und ermöglicht somit eine Weiterentwicklung und einen Mix aus verschiedenen Materialien und Techniken.

Außerdem wird das Siebdruckverfahren wieder entdeckt. Schriftzüge und künstliche Motive können so auf die unterschiedlichsten Oberflächen gedruckt werden.

Nachhaltigkeit spiegelt sich in dieser Trendwelt außerdem durch den Recycling-Gedanken wider. Für Materialien, Verpackungen aus Karton oder Glas, Keramiken oder abgenutzte Gegenstände gilt: alles wird in der „Re-use-Werkstatt“ zum wertvollen Bastelmaterial.



Flower treatment: zart und zurückhaltend

Blumen und Blüten in allen Facetten spielen bei „flower treatment“ die Hauptrolle. Hier geht es um ein Gefühl von Vergänglichkeit, Poesie und Ausdrucksstärke. Man spürt eine Leichtigkeit und Freude an der Motivwelt. So können Blüten mit wenigen einfachen Pinselstrichen und Aquarellfarbe, mit Bleistift oder Ton-Stift auf Leinengewebe, hochwertige Papiere und Textilien gepinselt werden. Zahlreiche Techniken, die bei „flower treatment“ angewendet werden, setzen aber auch kreative Hingabe zu einer künstlerischen Arbeit voraus sowie Geduld und Disziplin. Denn es geht auch um aufwändige und anspruchsvolle Techniken. So werden zum Beispiel traditionelle Fertigkeiten wie Irish Crochet (gehäkelte Blüten) wiederentdeckt. Diese Blüten können Kleidung, Postkarten oder Schmuck verschönern und zu einzigartigen Unikaten machen. Apropos Schmuck, der spielt in dieser Trendwelt eine wichtige Rolle: Broschen, Armbänder und Ketten mit floralen Formen und Mustern sind ein Hingucker.

Creativeworld
Internationale Frankfurter Messe für
Hobby, Bastel- und Künstlerbedarf
Frankfurt am Main, 30.1. - 2.2.2021



Natural procedure: natürlich und frei

Still und einfach spiegelt „natural procedure“ das Bedürfnis nach Natur und Freiheit wider. Das Trendthema bietet eine Vielzahl an Möglichkeiten, mit denen Fundstücke aus der Natur zu Stempeln, Farben oder Alltagsgegenständen werden. Getreu dem Motto: „dirty hands – happy minds“ geht es hier um experimentelle Techniken und das unmittelbare Arbeiten mit und in der Natur. Holz und natürliche Werkstoffe finden viel Verwendung, aber auch Ton und natürliche Farben kommen zum Einsatz. So werden mithilfe von traditionellen Methoden Naturfarben aus Mangold, Rote Bete, Kurkuma oder Nüssen gewonnen.

Gesammelte Fundstücke wie Stöcke, Blüten, Steine, Tannenzapfen oder Blätter dienen mit ihrer natürlichen Schönheit als Druckmotiv auf Baumwolle, Leinen oder Seide. Mit einer großen Auswahl an Farben wie Linolfarbe, Acrylfarbe oder Stempelkissen können die Fundstücke mühelos auf die verschiedenen Materialien gebracht werden.

Außerdem kommen bei „natural procedure“ klassische DIY-Techniken zum Zug, wie Weben, Flechten und Modellieren. Hierfür werden natürliche Rohstoffe verwendet: Weide, Jute, Rattan oder Schilf bieten sich besonders an.



„Der Ausblick auf die Creativeworld Trends 2021/22 verspricht viel Abwechslung und die Lust auf Neues. Für jeden Kreativen ist etwas dabei“, sagt Michael Reichhold, Leiter Creativeworld bei der Messe Frankfurt Exhibition GmbH. „Besonders gefällt mir der nachhaltige Gedanke, der sich in allen drei Trendthemen wiederfindet. Denn wenn die Corona Pandemie ein gutes hervorgebracht hat, ist es die temporäre Entschleunigung der sich keiner entziehen konnte und die Rückbesinnung auf das regionale und die Natur, die uns umgibt.“

Nächster Termin:

Im kommenden Jahr findet die Creativeworld vom 30. Januar – 2. Februar 2021 statt.

Alle Informationen rund um die Creativeworld 2021 finden Sie unter: www.creativeworld.messefrankfurt.com

Hinweis für Journalisten:

Weitere Informationen sowie Bild- und Videomaterial finden Sie unter: www.creativeworld.messefrankfurt.com/presse

Folgen Sie uns außerdem auf **Facebook:** www.facebook.com/creativeworld.frankfurt

Informationen zur Creativeworld:

Die Creativeworld ist die weltweit wichtigste Fachmesse für die internationale Hobby-, Bastel- und Künstlerbedarfsbranche. 2020 präsentierten sich 369 Aussteller aus 44 Ländern den 9.201 Besuchern. Die Aussteller zeigen Produktneuheiten, Techniken und Materialien zum dekorativen Basteln, für den Grafik- und Künstlerbedarf, Handarbeit und textiles Gestalten, Graffiti und Street Art sowie fürs kreative Hobby. Die Fachmesse ist als Trend- und Businessplattform die erste Anlaufstelle im Geschäftsjahr. Für den Groß- Einzel- und Fachhandel, für Baumärkte und Gartencenter, Internet- und Versandhandel ist die Creativeworld der ideale Ordertermin. Mit ihrem abwechslungsreichen Eventprogramm sorgt

Creativeworld
Internationale Frankfurter Messe für
Hobby, Bastel- und Künstlerbedarf
Frankfurt am Main, 30.1. - 2.2.2021

die Creativeworld für neue Ideen, Anregungen und Branchen-Know-how.

Conzoom Solutions – die Plattform für den Handel

Die Wissensplattform Conzoom Solutions bietet dem Konsumgüterhandel ein vielfältiges Angebot wie Studien, Trendvorstellungen, Workshops und Anleitungen für den Point of Sale. Sie gibt einen Komplettüberblick über das internationale Portfolio der Messe Frankfurt im Konsumgüterbereich und stellt dort gebündelt Informationen für den Handel zusammen.
www.conzoom.solutions

Hintergrundinformation Messe Frankfurt

Messe Frankfurt ist der weltweit größte Messe-, Kongress- und Eventveranstalter mit eigenem Gelände. Annähernd 2.600 Mitarbeiter an 29 Standorten erwirtschaften einen Jahresumsatz von rund 736 Millionen Euro. Wir sind eng mit unseren Branchen vernetzt. Die Geschäftsinteressen unserer Kunden unterstützen wir effizient im Rahmen unserer Geschäftsfelder „Fairs & Events“, „Locations“ und „Services“. Ein wesentliches Alleinstellungsmerkmal der Unternehmensgruppe ist das globale Vertriebsnetz, das engmaschig alle Weltregionen abdeckt. Unser umfassendes Dienstleistungsangebot – onsite und online – gewährleistet Kunden weltweit eine gleichbleibend hohe Qualität und Flexibilität bei der Planung, Organisation und Durchführung ihrer Veranstaltung. Die Servicepalette reicht dabei von der Geländevermietung über Messebau und Marketingdienstleistungen bis hin zu Personaldienstleistungen und Gastronomie. Hauptsitz des Unternehmens ist Frankfurt am Main. Anteilseigner sind die Stadt Frankfurt mit 60 Prozent und das Land Hessen mit 40 Prozent.

Weitere Informationen: www.messefrankfurt.com