



Tekstilerne er på vej tilbage

Med den nordiske og stramme minimalisme er tekstilerne i stor udstrækning forsvundet fra vores hjem. Men nu kommer der en modreaktion, der omfavner det bløde, det varme, mønstrene og farverne. Tekstilerne vender tilbage – både i kendte og intelligente materialer.

Af Helle Lorenzen, kommunikator (DJ) Fischer Group



Et eksempel på den nye panache stil. Foto: Hotel Panache, Paris

Den nordiske stil og den minimalistiske tendens har floreret i de seneste år. Bare trægulve, persiener, møbler uden polster, sort, hvidt og gråt, pasteller, rene linjer og skarpe detaljer. Men nu er der en modreaktion på vej, panache hedder den. Stilen peger på mere blødhed og varme, flere mønstre og farver, især mørke toner som bordeaux, grøn og brun, forskellige materialer – og flere tekstiler, både som **gardiner**, tæpper, møbler og **puder**. Panache favner en sanselig og voluminøs stil.

"Gennem ti år er tekstilerne i stor udstrækning fjernet fra vores hjem. Vi ville have en nem og effektiv hverdag, et hjem, der er let at rengøre. Her passer tekstilerne ikke ind, da de kræver mere vedligeholdelse og samler støv. Derfor har vi haft en tid med glatte, ikke-tekstile overflader og det kubiske, minimalistiske look," fortæller lifestyle business developer, Anja Bisgaard Gaede, SPOTT trends & business aps.

Men nu er tekstilerne og farverne altså på vej tilbage i fokus. Det sort/hvide og rene univers er blevet mainstream, og avantgarden begynder at gå i den modsatte retning og spørge, hvad er nyt? Æstetikken overtrumfer vores behov for det nemme. Det handler om newness-faktoren.

"Det varer nok et par år, før den nye stil, panache, slår igennem og bliver tydelig. Først vil vi se den i restauranter og på barer. Den er vild og et clash af mange stilarter, hvor du blander en grøn veloursofa med et skakternet gulv, sjove loppefund, store farverige malerier og noget guld. En tendens, der lægger op til mange flere tekstiler," mener Anja Bisgaard Gaede og tilføjer:

"Materialet kan udmærket være velkendt, som fx velour. Det bliver bare præsenteret på en anden måde. I 80'erne og 90'erne var det den "nervøse" udgave. I dag er det velour i en tung, raffineret og eksklusiv kvalitet."



Foretrækker du stål og glas eller hængepotter og puder?

Anja Bisgaard Gaede rådgiver virksomheder om, hvordan de kan målrette trends til deres kundegrupper og dermed transformere dem til forretning. SPOTT trends & business arbejder derfor med forbrugernes præferencer. Hvem vil købe hvad? Forskellige forbrugergrupper kan have helt modsatrettede præferencer. Derfor kan man heller ikke tale om en hovedtrend, for det kommer an på, hvilken forbrugergruppe man vil sælge til. Vil de have stål og glas, eller hængepotter og puder?

”Vi arbejder struktureret og forskningsbaseret med de her præferencer. Vi ser på forbrugerne i et neurofysiologisk perspektiv for at forstå, hvordan vores sanser fungerer. Hvad er det, der gør, at vi får forskellige emotioner og dermed præferencer for forskellige ting? Vi inddeler forbrugerne ud fra de følelsesmæssige præferencer, og de har ikke nødvendigvis noget med geografisk placering, alder eller uddannelse at gøre. Og da vi også er sammensatte mennesker, kan en og samme person godt have præferencer for ting, der umiddelbart er i modstrid med hinanden,” forklarer Anja Bisgaard Gaede og fortsætter:

”Men der er naturligvis en overordnet præference, som styrer os. Nogle er til eye candy og vælger veloursofaen, andre er mere fællesskabsorienteret og foretrækker et langbord med plads til familie og venner.”

SPOTT trends & business arbejder med hele virksomhedens værdikæde sat ind i en sammenhæng: kundegrupper, produkter, kommunikation, markedsføring og salg.

”De fleste virksomheder ved selvfølgelig godt, at tingene skal hænge sammen hele vejen. Men når man ser sin egen værdikæde sort på hvidt, kommer der alligevel en anden slags erkendelse ud af det. Det giver styrke og et fundament til at træffe de rigtige beslutninger og være konsekvent. Det bliver konkret og effektivt,” påpeger Anja Bisgaard Gaede.

Intelligente tekstiler er den nye virkelighed

Generelt er der ikke fokus på bestemte tekstiler nu og i de kommende år, uanset hvilken forbrugergruppe man tilhører. Det er farverne og stilingen, der kommer til at bestemme, hvilke tekstiler man bruger og hvordan. Dog peger Anja Bisgaard Gaede på bløde, organiske teksturer, 3D effekter, semi-blanke overflader, miks af naturlige og abstrakte mønstre og et vævet vintage look.

”Derudover vil man arbejde meget med de innovative og intelligente tekstiler, der integrerer ny teknologi og interaktive funktioner. Hvordan kan de blive en kommerciel forretning?”

Anja Bisgaard Gaede giver disse eksempler på nye tekstiler, der kan andet og mere, end at være et tekstil:

Med ny printteknologi fra den hollandske virksomhed, Tencate, kan man printe funktioner på tekstiler. Man behøver altså ikke at indbygge de forskellige funktioner i fibre – en lovende teknologi på flere måder, som gør det muligt fx at printe antibakterielle og smudsafvisende egenskaber eller beskyttelse. Funktionen kan afgrænses til et bestemt område på tekstilet. Man vurderer, at printteknologien kan få kommerciel betydning inden for en kortere årrække.

Et eksperiment er ledet af materiale-alkymisten Laura Bowker, som har opfundet en blæk målrettet tekstiler. Blækken gør tekstilet interaktivt, så det reagerer på luft og berøring. Via interaktionen kan tekstilet skifte farve alt efter påvirkning. Laura Bowker og hendes team samarbejder med flere internationale virksomheder.

SeaCell™ og Smartcel™ er nye tekstilfibre udviklet af SmartfiberAG. Begge typer fibre bruger egenskaber fra naturlige ressourcer og understøtter samtidig bæredygtig produktion. SeaCell™ indeholder tang, som kombineres med cellulose for at skabe en fiber, der har flere af tangens egenskaber – blandt andet pleje. På samme måde indeholder Smartcel™ zink, som også bidrager til at skabe et tekstil, der kan berolige og samtidig beskytte mod UV stråling. De to tekstilfibre matcher det stigende fokus på sundhed og anvendes allerede nu i boligtekstiler og beklædning.

Endelig arbejdes der også med integrering af LED belysning i gardiner. Lyset bruges i stedet for mønstre og kombinerer dermed lampe og gardin.



Et eksempel på LED belysning integreret i et gardin. Foto: Creation Baumann

Besøg Fischers [Vidensbank](#)