

Pers

Oktober 2018

ISH 2019: “Pop up my Bathroom” wordt in kleur ondergedompeld

Diana Posth
Tel. +49 69 75 75 6144
diana.posth@messefrankfurt.com
www.messefrankfurt.com
www.ish.messefrankfurt.com

Tijdens de toonaangevende wereldbeurs ISH in Frankfurt biedt de experimentele showroom “Pop up my Bathroom” met een Trend Color Selection een inkijkje in de toekomst van het badkamerontwerp in kleur. Getoond worden badkamercreaties, installaties, foto-ensceneringen binnen de context van maatschappelijke ontwikkelingen, actuele ontwerptrends en technologische innovaties.

De ISH 2019 staat in het teken van felle kleuren: tegels, badmeubels, wasbakken en badkuipen krijgen een nieuwe kleurrijke expressie – de ene keer decent ton-sur-ton, de andere keer zelfbewust in rood of zelfs meerkleurig. De badkamer wordt komend jaar verder opgewaardeerd tot veelzijdig, bont en positief toevluchtsoord en is een aanjager van nieuwe lifestyle-trends. Mix & match met gelakte vintage-items, boho-tapijten en kussens hebben al enige tijd in andere woonruimten zoals de woonkamer en de keuken, hun intrek gehouden – nu wordt ook de badkamer door deze nieuwe trend voor meer kleur in huis met diverse stijlvolle accenten getransformeerd.

De speciale show “Pop up my Bathroom”, ontwikkeld door Messe Frankfurt en de Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft e.V. (VDS), presenteert in hal 4.0 in de zaal Europa van 11 tot 15 maart 2019 aan de hand van geselecteerde combinaties de veelzijdige toepassingsmogelijkheden van het state-of-the-art badkamerdesign.



Logo Pop up my Bathroom, Colour Selection 2019

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

Kennis maken met de trendkleuren voor de badkamer

Naast textiel als ideale kleurdrager voor de badkamer, is ook bij geïntegreerde producten zoals wastafels, mineraal gietmarmer, keramiek, armaturen, douchewanden en badkuipen een overstap naar kleur merkbaar: bijzonder populair zijn krachtige signaalkleuren binnen het geel-oranje-rood-spectrum en een fris en Scandinavisch aandoend palet aan blauwtinten. Voor het interior design van de badkamer staat groen op het programma. De groenfacetten van zacht pastelgroen en frisse tinten tot aan een donkere elegantie, zijn toe te schrijven aan een toegenomen milieubewustzijn van de klanten. Bovendien symboliseert de kleur het gezondheidsaspect in de badkamer. Warme, poederachtige pasteltinten zorgen binnen het decoreerbare kleurenspectrum in de badkamer voor een behaaglijke sfeer. Als achtergrondkleuren worden wit en zwart gebruikt, net zoals grijs in alle schakeringen. Zwart verandert in het badkamerontwerp op zichzelf staand tot de dominante kleur die met materialen zoals marmer en messing wordt gecombineerd. Zeer in trek zijn individuele badontwerpen waarbij product- en materiaalcombinaties qua kleur op elkaar worden afgestemd.

“Kleur in de badkamer zet zich ook in 2019 verder door – en lost hiermee langzaam de lange wit-fase af. In navolging van de algemene lifestyle-trend richt deze ontwikkeling zich met name op de thema's individualisering, behaaglijkheid en emotionalisering”, aldus Jens J. Wischmann, directeur van de Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) e.V. “Gekleurde oppervlakken waren natuurlijk altijd al belangrijk. Nu zit er echter steeds meer durf achter de toepassing van kleuren, en wel onafhankelijk van oppervlakken.”

Eerder werden felle kleuren en opvallende dessins alleen op watervast behang op badkamerwanden toegepast. Badkuip, toilet, wastafel en tegels bleven wit. Maar nu hebben verschillende kleurnuances ook de kernelementen van de sanitaire inrichting veroverd waardoor de bonte hoogglansbadkamers uit de jaren 80 opnieuw kunnen worden geïnterpreteerd.

“Het gaat om integrale kleurenconcepten in de badkamer die op het eerste gezicht misschien door de mix aan stijlen tegenstrijdig lijken”, aldus Wischmann die progressieve badmeubelleveranciers als voortrekkers binnen de nieuwe designtrend in de branche beschouwd. “Op dit gebied kunnen badkamerontwerpers hun kleurcompetentie uitbreiden en hier dienovereenkomstig van profiteren.”

Trendforum – discussie over het potentieel van kleuren

Het visuele en culturele trendonderzoek over het thema badkamerontwerp, inclusief actuele kleurentrends, worden tijdens de ISH 2019 niet alleen in de uitgebreide expositie gepresenteerd, maar ook in het aangesloten trendforum in diverse lezingen aangesproken.

“Ongeacht voor welk badkamerconcept de klant uiteindelijk kiest: de branche zal in staat zijn om aan elke smaak te voldoen. Uiteindelijk gaat het om de verbetering van de verblijfskwaliteit van de badkamer – en hierbij zal ons een aantrekkelijk palet aan kleuralternatieven kunnen ondersteunen”, aldus een overtuigde Wischmann.

Meer informatie:

De speciale show “Pop up my Bathroom” alsook het trendforum vinden op de ISH van 11 - 15-03-2019 in Frankfurt plaats.

Persinformatie & beeldmateriaal:

www.ish.messefrankfurt.com/presse

Op internet:

www.ish.messefrankfurt.com/facebook

www.ish.messefrankfurt.com/twitter

www.ish.messefrankfurt.com/googleplus

www.ish.messefrankfurt.com/youtube

“Pop up my Bathroom” tijdens de ISH 2019

Sinds 2009 volgt “Pop up my Bathroom” actuele ontwikkelingen binnen het badkamerontwerp. Het trendplatform werd in het leven geroepen door Messe Frankfurt in samenwerking met de Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft e.V. (VDS). Naast de showroom voor visionaire ontwerpideeën op de ISH, vindt er tevens een trendforum plaats binnen het kader waarvan experts toekomstige designtrends behandelen en bespreken. Architecten, badkamerontwerpers, interior designers en journalisten alsook geïnteresseerde consumenten vinden op het overkoepelende communicatieplatform, de ISH-website, talloze verdere onderwerpen om zich het hele jaar door over nieuwe badkamerconcepten en nieuwe ontwikkelingen binnen diverse sanitaire ruimten te informeren. “Pop up my Bathroom” visualiseert hierbij productneutrale designtrends in de badkamer.

“Pop up my Bathroom” publiceert om de twee jaar ter gelegenheid van de ISH, de internationale toonaangevende beurs een onderzoek waarin de badkamertrends voor zowel de vakmensen als de consumenten worden samengevat.

Achtergrondinformatie Messe Frankfurt

Messe Frankfurt is de wereldwijd grootste organisator van jaarbeurzen, congressen en events met een eigen terrein. Meer dan 2.400 medewerkers op ongeveer 30 locaties genereren een jaaromzet van ongeveer 669 miljoen euro. Door middel van een fundamentele koppeling met de branches en een internationaal verkoopnetwerk ondersteunt de ondernemingsgroep efficiënt de zakelijke belangen van haar klanten. Een uitgebreid dienstenaanbod – onsite en online – garandeert klanten in de hele wereld een constant hoge kwaliteit en flexibiliteit bij de planning, organisatie en doorvoering van hun evenement. Het dienstenpakket reikt daarbij van de verhuur van terreinen over beursbouw, marketingdiensten tot personeelsdiensten en gastronomie. Het hoofdkantoor van de onderneming is gevestigd in Frankfurt am Main. Aandeelhouders zijn de stad Frankfurt voor 60 procent en de deelstaat Hessen voor 40 procent.