



TRENDS 2021

GROENBRANCHE

TRENDS 2021

INDEX

INLEIDING 04

Tijdsgeest 2021

CHANGE REACTION 06

Waardetrend 1

KEEP IT MANKIND 08

Stijltrend 1

HUMAN TOUCH 10

Waardetrend 2

REVISE THE MORAL 20

Stijltrend 2

BALANCED BIOTOPE 22

Waardetrend 3

TAKE A STAND 32

Stijltrend 3

RECENTERED STAGE 34

Waardetrend 4

PICK YOUR CHERRIES 44

Stijltrend 4

CRAZY ILLUSIONS 46

INLEIDING

De wereld lijkt sneller te draaien dan ooit. Maatschappelijke, technologische en economische ontwikkelingen zorgen samen met niet-traditionele denkwijzen voor een nieuwe tijdgeest. Deze tijdgeest zorgt voor veranderende consumentenbehoeften, ook op het gebied van bloemen, planten en tuinen. In dit boekje laten we die nieuwe behoeften zien en vertellen we hoe ketenpartners daarop kunnen inspelen. We ontlede de tijdgeest in vier waarden-trends die we vervolgens koppelen aan vier stijltrends, relevant voor de groensector. Per stijltrend vindt u details, moodboards, kleurenpaletten en materialen overzichtelijk bij elkaar.

WAT BRENGT 2021 ONS?

2020 stond in het teken van inclusiviteit en van aansluiten bij verandering. In 2021 verdiept deze tendens. Menselijkheid en respect voor de natuur zijn belangrijke aspecten van deze tijdgeest. De mens beschouwt zichzelf bovendien steeds meer als het middelpunt van het bestaan. We hebben daardoor behoefte aan hyperpersoonlijke merken en producten met een goed verhaal. Een verhaal dat wel waar gemaakt moet worden, zeker op het gebied van duurzaamheid. Ondanks deze zelfstandige en individuele periode moeten we nu toch echt de problemen van het klimaat en de samenleving gezamenlijk aanpakken en hier verantwoordelijkheid voor nemen.

SAMENWERKING

De Groenbranche Trends 2021 zijn ontwikkeld in samenwerking met Tuinbranche Nederland, iBulb, INretail, Bloemenbureau Holland en Bureau Nijman + Van Haaster. En dit jaar werken we ook samen binnen het domein wonen met InRetail Wonen. Een waardevolle samenwerking die resulteert in dit boekje, waarin we de kennis uit deze organisaties hebben gebundeld. We verwachten de sector hiermee handvatten te geven om klanten en stakeholders ook in 2021 te inspireren en te motiveren.



WIJ WENSEN U EEN INSPIRERENDE BLIK OP 2021!

TIJDSGEEST 2021

CHANGE REACTION

We zitten middenin het veranderingsproces dat we vorig jaar in de trendvisie Irresistible al beschreven. In 2021 zullen de gevolgen hiervan duidelijk zichtbaar worden. De overgang naar de nieuwe situatie verlangt van ons dat we actie ondernemen en voor een betere toekomst, onze gewoontes aanpassen.

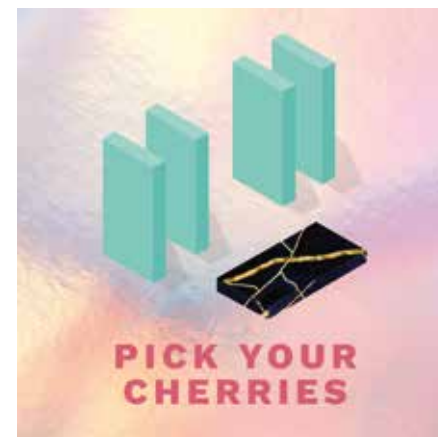
Het Genootschap Onze Taal heeft het woord 'schaamte' gekozen als woord van het jaar 2019. Het duikt steeds vaker in samenstellingen op; productschaamte, klimaatschaamte en, misschien wel de bekendste, vlietschaamte. Steeds vaker stellen we onszelf vragen bij het gemak waarmee we in een vliegtuig stappen. En als we ons daadwerkelijk schamen, dan zullen we eerder de keuze maken dit niet meer zo vaak of helemaal niet meer te doen. Het gevolg zal een kettingreactie aan veranderingen opleveren.

“WIE NIET MEEGAAT IN HET VERANDERINGSPROCES LOOPT HOPELOOS ACHTER”

Merken en producenten komen met antwoorden. Zo gaat EasyJet de CO²-uitstoot van de vliegtuigen volledig compenseren en kiest de band Coldplay ervoor om niet meer op tournee te gaan vanwege de impact op het klimaat. Voetballers pakken om dezelfde reden liever de trein in plaats van het vliegtuig. Het klimaat heeft onze volle aandacht en ook op andere terreinen blijkt dat we de schaamte niet voorbij zijn. We streven naar een inclusieve samenleving, waarin iedereen ongeacht afkomst, ras, gender of handicap gelijke kansen heeft. In het verlengde daarvan zijn stereotyperingen uit den boze. Disney gaat waarschuwen voor mogelijke beledigende stereotyperingen op hun producten en ook de Efteling heeft een aantal attracties aangepast.

Kortom, de geest is uit de fles. Veranderen lijkt het devies. Wie daarin niet meegaat en weigert zijn of haar verantwoordelijkheid te nemen, loopt hopeloos achter. Haaks daarop staat dat veel mensen het goed hebben en daarom bepaalde verworvenheden niet op het spel willen zetten. Het is daarom echt belangrijk dat veranderingen in onze maatschappij leiden tot een verbetering van de levenskwaliteit.

De volgende vier waarden-trends geven richting aan deze (algemene) tijdsgeest.



WAARDETREND 1

KEEP IT MANKIND

Technologische ontwikkelingen gaan nog steeds in een razendsnel tempo. We profiteren van de voordelen die deze met zich meebrengen. Maar de voortschrijdende technologie maakt ook angstig. Niet alleen onze privacy is in het geding. De opmars van kunstmatige intelligentie kan ons het gevoel geven de controle kwijt te raken. Daarnaast boezemt de klimaatproblematiek angst in, al was het maar omdat de gevolgen van de temperatuurstijging ongewis zijn.

Beide ontwikkelingen zouden een bedreiging kunnen vormen voor het voortbestaan van de mensheid. De behoefte aan menselijkheid (empathie, zintuiglijkheid) neemt daardoor toe; we hechten aan zingeving en proberen te benoemen wat mens zijn betekent. We gaan daarom op zoek naar producten en merken die daarbij passen, die een menselijk karakter hebben. Dat geldt ook voor technologische producten. We willen ze lief, leuk en aardig kunnen vinden.

MEDE DOOR DE TECHNOLOGISERING EN DE KLIMAATPROBLEMATIEK NEEMT DE BEHOEFTE AAN VRIENDELIJKHEID EN MENSELIJKHEID TOE”

In het verlengde daarvan ligt een toenemende behoefte aan vereenvoudiging van het dagelijks bestaan, aan onbezorgdheid. Onze razendsnelle tijd voelt hierdoor soms onmenselijk aan. Het is dan ook niet vreemd dat we de tijd soms even stil willen zetten om tot onszelf te komen.

Ook in de groenbranche is deze trend zichtbaar. Door bloemen te drogen, te persen of te kweken, kunnen we de natuur bewaren of verzamelen. We zoeken 'het dagelijkse' sowieso dicht bij onszelf. Het Vlaamse woord van het jaar 2019 'winkelhieren' weerspiegelt dit. Om de lokale middenstand te ondersteunen, kopen we liever bij buurtwinkels dan op internet.



STIJLTREND
HUMAN TOUCH

STIJLTREND 1 HUMAN TOUCH INDOOR

Imperfectie



Tafel opgebouwd uit organische vormen



Groeivormen geïnspireerd op o.a. celstructuren



Ton-sur-ton Kleurschakering



Huidtinten van licht tot donker



Menselijke details

Ronde en bolle vormen



Lila accenten



STIJLTREND 1 HUMAN TOUCH INDOOR

De angst bestaat dat klimaatverandering en hyperintelligentie een bedreiging vormen voor de mens. Als antwoord daarop groeit de behoefte aan ruimtes die een vertrouwd en herkenbaar gevoel oproepen. Afgeronde en organische vormen versterken dat gevoel. Voeg daar een warm en vriendelijk kleurpalet van lichte en donkere huidtinten aan toe en er ontstaat een vriendelijke ruimte waarin je je al snel op je gemak voelt.

EEN WARM EN VRIENDELIJK KLEURENPALET WAARBIJ JE JE SNEL OP JE GEMAK VOELT

Naast de sterke aandacht voor planten, die de afgelopen seizoenen al zichtbaar was, ligt de focus in deze trend ook op het gebruik van bloemen. Er is plaats voor opvallende boeketten en arrangementen in warme kleurschakeringen. Er is veel aandacht voor hangende boeketten of 'floating bouquets' die in meerdere trendthema's aan bod komen. Ook de bladplanten vormen een kleurrijk palet, met naast groen, ook rood-, bruin- en rozetinten.



Kleurschakering van roze-,
oranje- en bruintinten



Floating
bouquets



Organische
vormen



Grillige plantvormen



Roze-rode
bladplanten



Zachte en harde bloemvormen
worden gecombineerd



STIJLTREND 1 HUMAN TOUCH OUTDOOR

Organische afgeronde vormen



Organische hexagon structuur



Zacht en omarmend



Bruin en terra voor tuinmeubelen



Handmatig en grillig



Glooiend en "geplooid"



STIJLTREND 1

HUMAN TOUCH OUTDOOR

Niet alleen in de binnenruimte, maar ook buiten weerspiegelt deze trend een warm gevoel. Borders ogen als glooiende golven en de meubels hebben afgeronde vormen. Harde hoeken passen hier niet. De organische vormen lijken de ruimte te plooien en omarmen. Voeg hier het warme kleurpalet aan toe en de harmonie is compleet.

AARDETINTEN EN HUIDTINTEN DOEN HUN INTREDE”

De aandacht voor zwarte en grijze loungebanken verdwijnt naar de achtergrond. Aardetinten en huidtinten doen hun intrede. Deze kleuren zijn ook terug te zien in borders van bloeiende planten en roodbruine bladplanten. Het resultaat is een vriendelijke buitenruimte die aanvoelt als een warm welkom.



Rijkbloeiende planten in de
kleuren van de kleurkaart
van licht tot donker



STIJLTREND 1

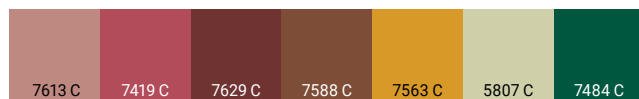
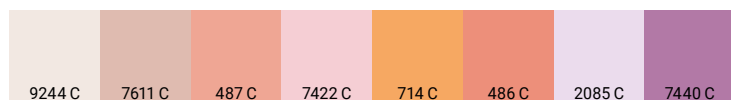
HUMAN TOUCH PRODUCTINGREDIËNTEN

VORMEN

Vormen zijn organisch, ze doen denken aan menselijke rondingen en rimpels. Scherpe hoeken worden nauwelijks toegepast, een hoofdrol is weggelegd voor afgeronde hoeken en cirkelvormen. Daardoor doet de ruimte vriendelijk en vertrouwd aan.

KLEUREN

De kleuren, van licht tot donker, zijn afgeleid van huidtinten: beige, zalmroze, zacht oranje en verschillende bruintinten. Accentkleuren zijn lila en okergeel.



DESSINS

Dessins zijn in dit thema van ondergeschikt belang. Maar als ze worden toegepast, zijn deze vaak opgebouwd uit vage vlek- en veegpatronen of organische structuren zoals honingraatmotieven.

MATERIALEN

De materialen zijn divers en kunnen zowel natuurlijk als kunstmatig zijn. Over het algemeen hebben ze een organische en onregelmatige oppervlaktestructuur, meestal met een matte uitstraling. Ribbelstructuren duiken veelvuldig op.



Ribbelstructuur

WAARDETREND 2

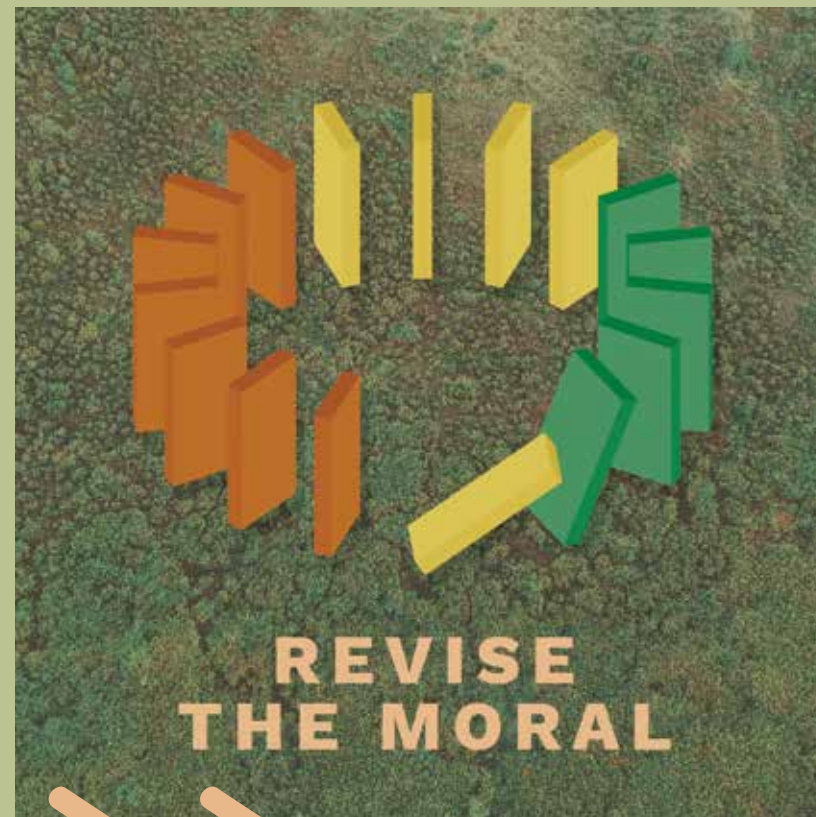
REVISE THE MORAL

De klimaatcrisis, afvalcrisis, stikstofcrisis en CO²-crisis: de problemen in onze maatschappij stapelen zich op. Om nog maar te zwijgen van de sociale problemen zoals sociaal-maatschappelijke ongelijkheid en de groeiende mentaliteitskloof tussen verschillende generaties. We zijn ons bewust van het goede en het kwade op allerlei terreinen, een ontwikkeling die wordt aangeduid met de term 'woke'. We willen allemaal ons steentje bijdragen, maar dan wel op onze eigen voorwaarden. Respect voor mens en natuur staat daarbij niet ter discussie. Integendeel. We plaatsen juist steeds vaker onze vraagtekens bij onbezonnen consumeren, waardoor hergebruik en kringloopproducten mainstream worden. Huren of lenen is plotseling hip. Groen telt mee. De natuur is een toenemende factor van betekenis, een stakeholder met een belangrijke stem die niet meer te negeren valt.

Onze veranderende wereld vergt een andere manier van denken. Eigenbelang staat niet langer voorop. Klanten, partners, de natuur en maatschappij, ze vormen ecosystemen die nauw met elkaar verweven zijn. Dit denken in ecosystemen biedt zowel oplossingen voor milieuvraagstukken als mogelijkheden voor nieuwe businessplannen. De oude moraal maakt plaats voor een nieuwe. Het is nu tijd voor bedrijven om verantwoordelijkheid te nemen, om hieraan invulling te geven en de consument met duidelijke communicatie mee te nemen.

**“DE NATUUR IS EEN STAKEHOLDER
MET EEN BELANGRIJKE STEM DIE NIET
MEER TE NEGEREN VALT”**

Voor de groenbranche vervult het milieu een hoofdrol. De branche kan zich onderscheiden door een positieve bijdrage te leveren aan het klimaat. Gewasbescherming, logistiek en verpakking blijven grote onderwerpen. Evenals andere bedrijfstakken krijgt de groenbranche ook te maken met 'the rise of rental'. Een groeiende groep consumenten is bereid geld neer te tellen om juist geen eigenaar te zijn van een product, waardoor de producent altijd verantwoordelijk blijft.



STIJLTREND
BALANCED BIOTOPE

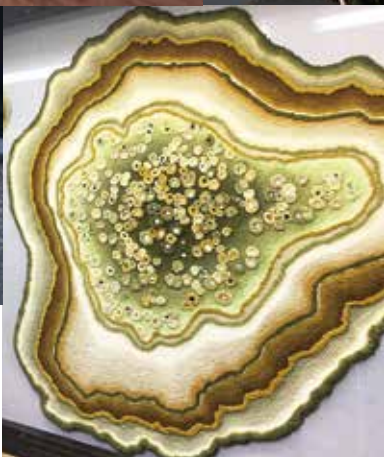
STIJLTREND 2 BALANCED BIOTOPE INDOOR

Een met de natuur

Indoor
landscaping



Bijzondere bio-based
materialen zoals mycelium



Organische dessins geïnspireerd
op schimmelstructuren



Ambachtelijke
technieken



Constructief



Stoere industriële uitstraling;
makers mentaliteit



Oplossingsgerichte
wandbiotoop



Praktisch

STIJLTREND 2

BALANCED BIOTOPE INDOOR

Door de klimaatverandering worden we er ons van bewust dat er iets moet veranderen. Onbekommerd consumeren is niet meer van deze tijd. Niet alleen bij de consument, maar ook bij designers is duurzaamheid daarom een belangrijk thema. Veel jonge ontwerpers zijn op zoek naar nieuwe materialen en duurzamere productiewijzen. Deze duurzame innovaties duiken steeds vaker op in het interieur.

Biobased materialen zijn een must. Ze zijn gemaakt van hernieuwbare grondstoffen zoals zetmeel, suiker, cellulose, melkzuur of eiwitten, waardoor ze afbreekbaar of recyclebaar zijn. Ook wordt geëxperimenteerd met zelfgroeïende materialen zoals mycelium. Deze schimmeldraden dienen als basis voor een stevig materiaal dat in elke gewenste vorm geproduceerd kan worden en zowel voor interieurproducten als verpakkingsmaterialen te gebruiken is. Voeg aan deze nieuwe materialen een kleurkaart toe met naturellen en nieuwe geelgroene tinten en er ontstaat een harmonieus

“BIOBASED MATERIALEN ZIJN EEN MUST”

organisch geheel. Natuurlijk spelen bloemen en planten in dit interieur een heel belangrijke rol. De emancipatie van groen is hier een feit. Dit betekent dat bloemen en planten even belangrijk zijn als de rest van het interieur. Een paar plantjes neerzetten is niet meer voldoende: indoor landscaping, met aandacht een binnenborder creëren, is een nieuw fenomeen.



Natuurlijk
en afbreekbaar
materiaal



Vanzelfsprekende
combinaties van bloemen
en planten



Plant- en bladboeketten

Floating bouquets



Natuurlijk alternatief
voor steekschuim



Groeïende
vaas van
wilgentakken



Indoor landscaping

STIJLTREND 2 BALANCED BIOTOPE OUTDOOR

Ruwe materialen



Grillige
border-
randen



Stoer en constructief



Ruw en ruig



Respect voor de natuur



Biotoop; natuurlijke balans



STIJLTREND 2

BALANCED BIOTOPE OUTDOOR

In de buitenruimte is duurzaamheid, net als voor de binnenruimte, belangrijk. We streven naar een tuin met grote biodiversiteit. We proberen er een kleine biotoop van te maken, waar planten en dieren in harmonie met elkaar kunnen groeien en leven. De behoefte bij de consument is aanwezig, maar het ontbreekt hem vaak nog aan informatie. Men is daar echt naar op zoek. Welke planten versterken elkaar en hoe kan je ook op een kleine oppervlakte (balkon of patio) een eigen biotoop creëren?

HET STREVEN IS EEN TUIN MET GROTE BIODIVERSITEIT"

Vanzelfsprekend is in deze tuin behoefte aan milieuvriendelijke materialen. Toch is er in deze tuin ook plaats voor producten met een stoere, constructieve uitstraling. Deze zijn gemakkelijk in elkaar te zetten of te repareren en kunnen tegen een stootje, waardoor ze langer meegaan en duurzaam zijn.



STIJLTREND 2

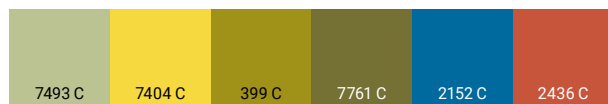
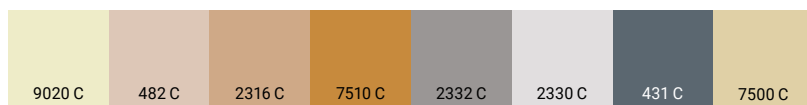
BALANCED BIOTOPE PRODUCTINGREDIËNTEN

VORMEN

De vormen zijn zowel organisch en onregelmatig als stoer industrieel.

KLEUREN

Het kleurpalet is natuurlijk. De blauwgroene tinten van de afgelopen jaren maken in deze kleurkaart plaats voor geelgroene tinten zoals olijfgroen, mosgroen en lindegroen. De toevoeging van industrieel blauw en steenrood geven deze kleurkaart een extra stoer tintje.



DESSINS

De dessins bestaan hier hoofdzakelijk uit natuurlijke structuren, imitaties van natuurlijke materialen zoals steen, hout en textiel. Ook vlekpatronen die bijvoorbeeld doen denken aan schimmelculturen duiken op.

MATERIALEN

Toonaangevend voor deze trend zijn duurzame materialen. Daaronder bevinden zich opvallend veel noviteiten, zoals biobased materialen. Het uitgangspunt bij niet-natuurlijke materialen is dat ze recyclebaar zijn. De consumenten verwachten meer en meer dat producenten hun verantwoordelijkheid nemen.



WAARDETREND 3 TAKE A STAND

De wereld blijft volop in beweging. Op het gebied van economie, ecologie en globalisering vinden grote veranderingen plaats. We slikken die veranderingen niet voor zoete koek. Sluiten die ontwikkelingen niet aan bij onze persoonlijke denkbeelden en zijn tradities in het geding, dan komen we in het geweer.

Het toenemende belang van het individu maakt dat iedereen zijn zegje wil doen, vaak toegespitst op één onderwerp. Het brengt nieuwe, soms extreem jonge rolmodellen voort, zoals de Zweedse klimaatsactiviste Greta Thunberg en Joshua Wong, de leider van de opstanden in Hongkong. Het hervonden idealisme dient niet automatisch één doel, het ideaal van de één rijmt niet automatisch met het idealisme van de ander. Maar dat we steeds vaker de straat op gaan om te protesteren, is een feit. Met onder meer demonstraties, protestmarsen en blokkades proberen we ons gelijk af te dwingen. Soms ontstaan daaruit verrassende coalities, zoals de landbouwsector die samen optrekt met de bouwsector in de strijd tegen het CO²-beleid van de regering. Dit proces heeft tot gevolg dat de contrasten toenemen, hetgeen onder andere zichtbaar is in de politiek.

“GROENPRODUCTEN DIE EEN IDEAAAL VERTEGENWOORDIGEN; PRODUCTEN DIE BIJDAGEN AAN EEN PURPOSE”

Daarnaast verwachten we een overheid die eerlijk en transparant is. Bedrijven worden beoordeeld volgens dezelfde maatstaven. Er is sprake van een hergroepering waarbij de bekende spelers het moeilijker krijgen en er meer ruimte komt voor aanbieders met uitgesproken meningen. Dit vraagt een duidelijke focus en groenproducten die een ideaal vertegenwoordigen; producten die bijdragen aan een purpose. Zo kan een product veranderen in een held. Deze ontwikkeling biedt mede ruimte aan jonge ondernemers die hun bevoegenheid aangrijpen om nieuwe producten te lanceren. Ook voor de groenbranche zal het verhaal achter het product nog belangrijker worden.



STIJLTREND
RECENTERED STAGE

STIJLTREND 3 RECENTERED STAGE INDOOR



Hoogteverschillen;
trappen als decoratie



Geometrische
vormen

Kleurcontrast



Speels



Kleurrijk maar niet schreeuwend



Als een blokkendoos



STIJLTREND 3 RECENTERED STAGE INDOOR

Er waait een wind van idealisme door onze maatschappij. Ieder heeft zo zijn eigen belangen en wil daarom zijn zegje kunnen doen. Niet zelden botsen verschillende meningen met elkaar. Opvallend is dat deze krachtige houding van de consument is terug te zien in de vormgeving van producten. Zo hebben in deze stijltrend geometrische vormen de overhand. Trappen, blokken, cirkels en bogen, het lijkt alsof de nieuwe interieurs afkomstig zijn uit een blokkendoos.

“ALSOF ER MET
EEN BLOKKENDOOS
GESPEELD IS”

Steekwoorden zijn speels en vrolijk. De materialen zijn ondergeschikt aan het uitbundige kleurgebruik. Zachte pasteltinten en krachtige kleuren als geel, terra, blauw en paars wisselen elkaar af. Dezelfde kleuren vinden we terug in de planten. De standaard boeketvorm verdwijnt naar de achtergrond. Niet de bloemen, maar de vaas is vaak leidend. De vorm ervan dwingt het arrangement in een nieuwe richting.



Nieuwe vormverhoudingen



Vaas die dwingt
het boeket van
meerdere kanten
te bekijken



Kleurcontrast

Geometrische
vormen

STIJLTREND 3 RECENTERED STAGE OUTDOOR

Geometrische vormen



Colourblocking



Nieuwe ruimteverdeling



Modulair tuinelement



Verrassende hoogteverschillen

STIJLTREND 3

RECENTERED STAGE OUTDOOR

Buiten is de zoektocht naar nieuwe verhoudingen zichtbaar. De vertrouwde tuinindeling gaat letterlijk op de schop. Kleine, half omsloten ruimten, trappen, verhogingen en verdiepingen maken van de buitenruimte een nieuw, speels geheel. Door de hoogteverschillen is het gezichtspunt op de tuin steeds anders. Het gevolg is dat er steeds andere plekjes te ontdekken zijn, waardoor de buitenruimte spannend blijft.

“DOOR DE HOOGTEVERSCHILLEN
IS HET GEZICHTSPUNT OP DE TUIN
STEEDS ANDERS”

Daarbij blijft gemak een belangrijk uitgangspunt. Modulair tuinmeubilair smelt soms samen in één beeldbepalend element, waarin zelfs beplanting verwerkt is. Borders zijn duidelijk omsloten door geometrisch gevormde bakken, scheidingswanden, potten en zelfs meubelstukken. Een enkele keer doet de beplanting tropisch aan.



Monochrome krachtige
kleurvlakken

Speelse verhoudingen

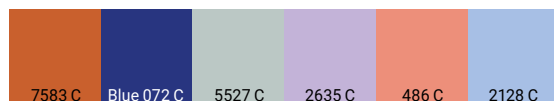
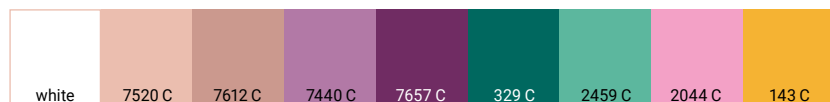
STIJLTREND 3 RECENTERED STAGE PRODUCTINGREDIËNTEN

VORMEN

De vormen zijn geometrisch en worden speels toegepast, alsof ze uit een blokkendoos afkomstig zijn. Door gebruik te maken van trappen, verhogingen en scheidingswanden is de tuin vanuit verschillende perspectieven te bezien.

KLEUREN

De kleuren zijn divers, van krachtige kleuren tot pasteltinten. De combinatie die heel belangrijk is, zorgt voor een kleurrijk, contrastrijk en speels geheel, maar wordt door het gebruik van pasteltinten nooit schreeuwend.



DESSINS

De dessins zijn eveneens opgebouwd uit geometrische vormen. Soms overlappen de patronen elkaar waardoor er diepte in de dessins ontstaat. Door grafische dessins krijgen producten soms een perspectivische vervreemding.

MATERIALEN

De materialen zijn in deze trend van ondergeschikt belang. Het kleurgebruik heeft de overhand. Nieuw is dat metaal vaak gebruikt wordt voor vazen.

Geometrische vormen



Kleurrijke vlakverdeling



Blokkendoosvormen

Speels



WAARDETREND 4

PICK YOUR CHERRIES

Traditionele systemen hebben door onder meer de multi-layered society en digitale transformatie hun langste tijd gehad. Ook de introductie van het 5G netwerk biedt nieuwe mogelijkheden. Onze veranderende samenleving vraagt om een nieuwe blik, snelle keuzes, flexibiliteit, meebewegen en loslaten. De jonge generatie heeft daar geen moeite mee, maar traditionele denkers haken af. Enigszins gekscherend worden ze boomers genoemd, een begrip dat is afgeleid van babyboomers en verwijst naar conservatieve denkbeelden. Deze passen niet bij het nieuwe diagonaal denken, waarin het creatieve van de rechterhersen helft gecombineerd wordt met het zakelijke van de linkerhersen helft.

“DE CONSUMENT IS VEELEISEND,
WIL OP ZIJN OF HAAR WENKEN BEDIEND
WORDEN EN VERLANGT ALLES OP MAAT”

Dit betekent onder meer dat de verticale bedrijfskolommen en horizontale hiërarchie waaraan we gewend zijn, zullen verdwijnen. In plaats daarvan fungeert de mens als middelpunt. We plaatsen onszelf gemakkelijk op een voetstuk, wat kan leiden tot een vorm van narcisme. We zoeken naar ultieme vrijheid zonder compromissen en we verlangen naar meer. Weliswaar niet als het gaat om bezit. Hamsteren is uit de tijd. Wilden we voorheen alles bij de hand hebben, nu kiezen we alleen voor diensten of producten als we ze nodig hebben en ze moeten direct beschikbaar zijn.

De consument is veeleisend, hij of zij wil op zijn of haar wenken bediend worden en verlangt alles op maat. Dat vraagt om flexibele collecties voor geselecteerde doelgroepen. Dit zorgt ervoor dat merken en producten niet alleen begerenswaardig, maar ook hyperpersoonlijk moeten zijn.



STIJLTREND
CRAZY ILLUSIONS

STIJLTREND 4 CRAZY ILLUSIONS INDOOR

Veel cirkels en bogen

Opvallende vormen

Kleurrijk

Objecten lijken
wezens te worden

Humor

Vervreemdend

Speels

Extreem anders

STIJLTREND 4

CRAZY ILLUSIONS INDOOR

Onze multi-layered society, waarbij de on- en offline wereld vaak door elkaar lopen, geeft een nieuwe kijk op de realiteit. Voor de hand liggende producten kunnen hierdoor als extreem saai ervaren worden. Er ontstaat een behoefte aan een extreme, maar grappige wereld vol vervreemding. Opvallende objecten, herkenbaar en onherkenbaar, worden met elkaar gecombineerd tot vrolijke, bijna sprookjesachtige interieurs. Ruimtes waarin realiteit en verbeelding op een creatieve en wonderlijke wijze in elkaar overgaan. Alsof ze willen zeggen dat het leven te snel en vluchtig is om heel serieus genomen te worden. Deze ruimtes prikkelen de fantasie.

“RUIMTES WAARIN REALITEIT EN VERBEELDING OP EEN CREATIEVE EN WONDERLIJKE WIJZE IN ELKAAR OVERGAAN”

Dit zie je ook terug in de boeketten en arrangementen, die een vernieuwingsslag ondergaan. De boeketten zijn vrolijk, uitbundig, kleurrijk, optimistisch, extravagant en altijd Instagram-waardig. De gebruikte bloemen zijn een mix van: natuurlijk en geverfd, vers en gedroogd, echt en kunst. Alles loopt door elkaar. Gangmaker in deze trend is gekleurd pampasgras. Conventionele regels over wat goede en slechte smaak is lijken niet meer te bestaan.



Extreme combinatie van vormen, kleuren en texturen.
Geverfd en natuurlijk, echt en onecht, vers en droog.
Alles wordt door elkaar gebruikt.



STIJLTREND 4 CRAZY ILLUSIONS OUTDOOR

Speelse dessins



Extreem verschillend materiaalgebruik



Tot de
verbeelding
sprekend

Losse op zichzelf staande elementen



Giekleurd pampasgras



Opvallende kleurcontrasten

STIJLTREND 4

CRAZY ILLUSIONS OUTDOOR

In de buitenruimte treedt hetzelfde gevoel van vervreemding en verwondering op als in de binnenruimte. De tuin staat vol met losse objecten, die ogenschijnlijk niets met elkaar te maken hebben. Elk object, elk meubelstuk is op zichzelf staand. De diverse functies in de tuin worden opnieuw bekeken, zonder duidelijke voorkennis. Zo kan een gazon voorzien van losse tegels en stenen veranderen in een gedessineerd tuinpad.

DE DIVERSE FUNCTIES IN DE TUIN WORDEN OPNIEUW BEKEKEN

Dit thema biedt inspiratie voor vrolijke losstaande tuinobjecten. De beplanting is bont gekleurd en heeft soms een tropische associatie. Opvallend is ook hier het gebruik van gekleurd pampasgras. De combinatie van bloemen en planten lijkt willekeurig, soms zelfs onlogisch. Dit zorgt voor een inspirerende, ongedwongen sfeer.



Gekleurd
pampasgras



Vrolijk en bloeiend,
opvallende bloemvormen



STIJLTREND 4

CRAZY ILLUSIONS

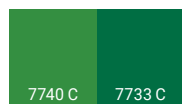
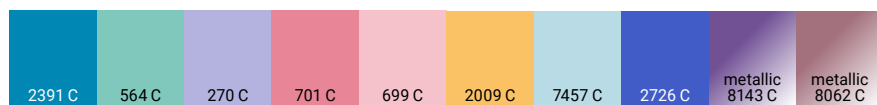
PRODUCTINGREDIËNTEN

VORMEN

De vormen zijn zowel figuratief als abstract. Ze roepen zonder uitzondering vervreemding op. Vaak hebben ze een grappige associatie, alsof het niet van deze wereld is.

KLEUREN

Een divers palet van vrolijke, volle pasteltinten met enkele accentkleuren. De nieuwste kleuren van de kleurkaart zijn geeloranje, paars en lila.



DESSINS

De dessins zijn extreem divers met vervreemdende, psychedelische grafische patronen en figuratieve gezichten en poppetjes.

MATERIALEN

De gebruikte materialen zijn ondergeschikt aan het opvallende kleur- en vormgebruik. Glanzende of spiegelende materialen versterken af en toe de opvallende vormen.



Bloemen
bureau 
Holland

 by
Royal
Anthos 

 TUINBRANCHE
NEDERLAND


KONINKLIJKE
INRETAIL

Niets van deze uitgave mag worden veeleenvoudigd of openbaar gemaakt. De inhoud mag alleen gebruikt worden voor interne communicatie binnen de aangesloten organisaties.

Vanuit de stijltrends worden rechtenvrije beelden ontwikkeld toegepast op de groenbranche. Deze beelden komen beschikbaar via de samenwerkende organisaties.

 **Klimaatneutraal**
Compensatie
ClimatePartner.com/13062-1902-1002