

INTERIØR
DESIGN

SKAB
PLADS
KREATIV
LØSNINGER
TIL SMÅ RUM

SHOPPING
FLEKSIBLE MØBLER

7
INSPIRERENDE
BOLIGER



32 SIDER EKSTRA

TREND₂₀₁₃BOOK

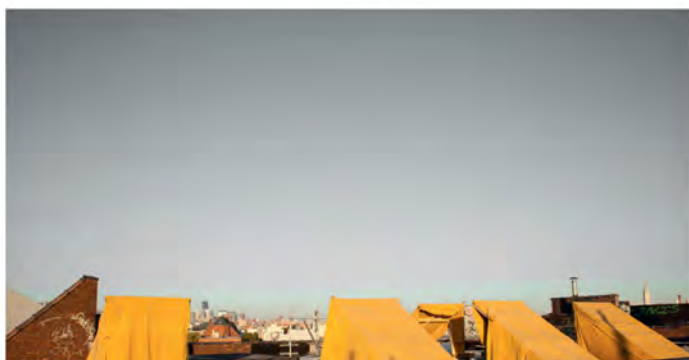
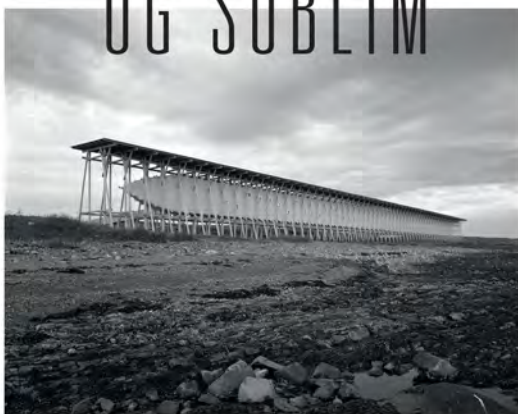
DE NYE FARVER / PASTEL PINK, MINERAL, DARK DUST
MØBELTENDENSER / KABINETTER, SKÆNKE, LÆNESTOLE, DAMESKRIVEBORDET
TRENDTRACKERNE SPÅR / 3 MEGATRENDS
DESIGNERNE DER RYKKER



TRENDTRACKERNE SPÅR



FREMTIDEN ER STILLE
OG SUBLIM





Mindre er meget bedre. Dét udsagn plus fabulerende historier, teknologi, der flytter grænser, og autentisk 'made here-håndværk' er kodeord for vores nære fremtid. Siger tre af verdens førende trendtrackere, som RUM har bedt tegne tendenserne for 2013 og de kommende år. Se, hvorfor vi bliver hobbitter og supernomader, der søger det ægte, stille og sublime liv midt i det store, globale fællesskab.

Kig på dit kontoudtog fra banken. Der har du nutidens krystalkugle eller i hvert fald en af de vigtigste katalysatorer for de tendenser, som vi oplever lige nu – og som vi vil se endnu mere af i 2013 og de næste fem år.

For selv om du måske hører til de heldige, der får samme beløb ind på kontoen hver måned, er der en stor sandsynlighed for, at de ikke bliver brugt så hurtigt som før finanskrisen. Og skulle vi gøre status igen om fem år, så ... :

– Sidder du måske i en sofa med et fyrigt navn, der klinger af eventyrhelte.

– Du bor lidt mere som en hobbit i en lille lejlighed i byen og holder ferie i et simpelt hus på et norsk fjeld eller tager en weekend-time out i et telt på toppen af en bygning i New York.

– Du lejer en delebil og har måske skippet den ene eller ligefrem begge biler i carporten.

– Du og din familie har sandsynligvis endnu flere smartphones, iPads og teknologiske vidundere, men hvis du ikke selv har lært at slukke dem indimellem, arbejder du måske for et firma, der ligesom Volkswagen i Tyskland har kodet din mobil til ikke at modtage arbejdsmails efter fyraften.

– Hvis du da ikke i stedet er blevet en moderne nomade, der har fuldstændig udflydende grænser mellem job og fritid og arbejder lidt i køkkenet efter morgenmaden og på den lokale café senere på dagen.

Med andre ord – velkommen til din nære fremtid og med den en ny verden fyldt med nomader, hobbitter, mere fantasi, stilhed, indre mindfulness og endnu mere genbrug og langtidsholdbart design.

VI LEDER EFTER DET LOKALE OG SUBLIME

Nu indvender du måske, at trendforskerne allerede sidste år og året før afblæste aggressivt forbrug og show off. Og ja, det er sandt – anti-shopping trenden har bidt sig fast. Men lige nu sker der faktisk endnu mere drastiske ændringer i den måde, vi lever og

agerer som forbrugere på, mener tre førende trendtrackere, RUM har talt med.

En af dem er danske Anne Lise Kjær, der i sit trendbureau Kjaer Global arbejder med nogle af verdens største brands.

– I det næste årti bliver vores motto: 'Ikke mere men bedre.' Vi har set tendensen i et stykke tid men bevidstheden om, hvordan vores forbrug på virker mennesker, verden og vores helbred, er et hot emne, som kommer til at have indflydelse på alle dele af vores liv. Små steder med endnu mere fokus på bæredygtighed og energivenlige løsninger bliver vores foretrukne hjem. Måske har vi to boliger – en 'klog' bolig i byen og en 'back to basic' feriebolig til at lade op i.

Ud over 'mindre er bedre'-trenden opererer Anne Lise Kjær også med to andre hovedbudskaber i sine trendscenarier: En 'vi'-kultur med samarbejde som en kultur omkring det hyper lokale og de ægte ting. Kollegaen Martin Raymond, som er strategisk chef og grundlægger af Future Laboratory i London, taler om en ny slags afdæmpet forbrug og en ejerkultur, der bliver erstattet af et leje- og delemarked.

Men tag ikke fejl. Selv om livsstilsændringerne muligvis er udsprunget af krise, har vi valgt at gribe den an med positiv, oprejst pande. En attitude, som Future Laboratories betegner som en af de vigtigste trends og kalder 'new sublimity'.

– Krisen har tvunget os til at gentænke den måde, vi lever både vores personlige liv og går efter karrieren på. Vi tager vores liv op til revision og prioriterer højere grad, hvordan vi vil leve. Vi leder efter det sublime, siger Martin Raymond.

VI ER DE NYE SUPERNOMADER

Cécile Poignant arbejder som redaktør af Trend Tablet, en social medieplatform, som hører under L'Edelkoort, der er kendt som opfinder af trendforskning. Og ifølge hende har vi nu og i fremtiden større indflydelse på vores eget liv end nogensinde før – takket være den største trend af dem alle: den teknologiske.

– Det er den store revolution i vores epoke. Den påvirker alle vores vaner, vores livsstil, vores måde at være på og kommunikere på. Og den begynder at ændre den måde, som ungdommen ser på verden på. Magten til at ændre verden ligger nu i hænderne på hver af os, der kan begå os på internettet give udtryk for tanker, finde finansiering og sælge vores kreationer.

– Vores smartphones, iPads og mobiltelefoner har befriet os fra al fysisk tilknytning. Vi kan arbejde hvor som helst. Når som helst. Vi kan genopfinde vores eksistens, og det er op til os at bestemme vores prioriteter. Vi er frie igen til at vandre – ligesom vores forfædre, som var nomader, jægere, samlere og hyrder. Vi er blevet en slags supernomader, og vi har hele verden at boltre os i, siger Cécile Poignant og forudser, at mobiltelefoner er den ene ting, der helt sikkert kommer mange flere af.

– Objekter, der forbinder os, er alle vegne. Smartphones er den ting, som de fleste af os har i hænderne hver dag. Og det er kun begyndelsen på en langvarig trend. De her objekter repræsenterer et følsomt teknologi, som vi har ventet på i mange år. De definerer vores daglige liv, og antallet vil eksplodere. I 2020 forudser eksperter, at vi vil have 50 milliarder tekniske objekter som iPads og mobiltelefoner, der forbinder os til internettet.



HOBBIT-TRENDENS VÆRDIER

For Martin Raymond er der ingen tvivl om, at den nye frihed til selv at definere sit liv vil betyde, at mange flere tager en *time out* og tager deres tilværelse op til revision. Og her kommer et af tidens buzzwords 'mindfulness' i den grad frem. For det handler om at stoppe op og genindstille sine personlige værdier.

I mange år har vores værdisæt primært kredset om at finde *life-work* balancen, siger trendtrackeren og tilføjer med en blid sarkasme, at der vel egentlig ikke var særlig mange af os, der faktisk fandt den balance. – Nu kigger vi på, hvad arbejde betyder for os, men ser det i højere grad sammen med andre aspekter af vores liv. Vi driver ikke bare *med* livet, vi tænker meget nøje over, hvordan vi prioriterer det. På den måde er det en måde at gribe styrepinden i vores liv, så vi får en følelse af større kontrol trods de mere begrænsede økonomiske muligheder.

Som et helt konkret eksempel fremhæver Martin Raymond, hvordan man i New York kan opleve et pudsigt fænomen på toppen af bygninger. Og vi taler ikke tomatplanter og bistader, for *urban gardening* efterhånden ved at være om ikke *old news*, så i hvert fald en veletableret trend. Vi taler om campingpladser under New Yorks funkklende skylight.

De helt ekstreme inden for den såkaldte hobbit-trend bor meget skrabet og sørger selv for vand og elektricitet. Men campingpladserne Roof Top Camping Bivouac NYC på tagryggene i New York er en mere billedlig måde at træde ud af verden, som vi kender den.

– Folk arbejder i løbet af ugen og kommer så her i deres fritid for at tilbringe tid med sig selv og deres tanker. Det er også et eksempel på, at vores fritid er noget, vi bruger meget bevidst, siger Martin Raymond.

MINDRE ER MEGET BEDRE

Som forbrugere vil vi i det hele taget have både mental og fysisk plads. Og vi kigger længere end til bare det æstetiske. Future Laboratory taler ligefrem om sublime steder og arkitektur. Fx kan man tjekke ind i isolation på Hotel Endémico i Mexico, hvor 20 værelser er bygget hver for sig og har uspoleret udsigt over bjergene. Og i det sydlige England har den berømte arkitekt Peter Zumthor designet The Secular Retreat, som er et lille fristed designet til, at man kan komme væk fra presset i det moderne liv.

Anne Lise Kjær fra Kjaer Global har også søgt ud i stilheden for at finde eksempler på vores stigende krav om ægte ting og historier, som vi kan stole på.

– Folk er trætte af forbrugerkulturen og søger derfor mindre huse. Og mindre bygninger kræver endnu mere fokus på kvalitet frem for kvantitet. Selv et lille hotel som Juvet Landscape Hotel i det vestlige Norge er baseret på, at mindre er bedre.

– Designere er nødt til at forstå, hvad der sker, og være i kontakt med subkulturen, som driver den nye trend. De må forstå værdien i lokal appel kontra global appel. Det er et must at være aktiv deltager på de sociale medier. Og vinderne bliver de forretninger og hoteller, der demonstrerer en innovativ evne og kan svare igen på den åbne dialog, siger hun.

TEKNOLOGIEN SKABER FÆLLESSKAB

Dermed har Anne Lise Kjær fat på en vigtig pointe, som alle tre trendtrackere er enige om: Det kan godt

være, at vi søger mere indre lykke, stilhed og mental rigdom. At vi vil se flere hoteller og design, der bruger metaller, som bevidst blokerer for modtagesignalet for at give gæster en teknologisk pause, men det betyder ikke, at vi alle kommer til at gå rundt i lindeklæder, meditere i nøgne rum dagen lang og forsage den moderne teknologi.

Tværtimod er sociale medier og vores mobiler og iPads et af de områder, hvor der sker mest, mener Cécile Poignant. Og teknologien kommer til at påvirke alle trends, siger hun og giver et eksempel:

– Vi vil have sundere liv og ved, at vi kommer til at leve længere. Takket være sensorer på vores mobiltelefoner kan vi gemme alle vores personlige data: Antal kalorier, vi forbrænder, vores fedtprocent, hvor meget vi har sovet osv. Al den data kan vi på en mere avanceret måde bruge til at passe bedre på os selv.

Teknologien er også en af årsagerne til, at vi ser en ny og større fælles ansvarlighed og en forbrugskultur, der mere og mere bliver drevet af at dele med hinanden.

– Nogle borgere afviser nu idéen om, at man skal eje noget for at kunne bruge det. De har opdaget eller genopdaget idéen om at dele og leje. Men denne gang er det ikke bare med deres venner og naboer, men med hele samfundet: Og det vil sige alle på internettet. Viser fx succesfulde delebilsfirmaer, cykeludlejning og folks private hjem, der bliver lejet ud som ferieboliger gennem Airbnb.

VI SØGER DAGDRØMMERI OG MINDFULNESS

Men samtidig med at vores liv i stigende grad kommer til at foregå på sociale medier og på nettet, vokser bevidstheden også om, at vi skal slukke. I jagten på det sublime vil vi også søge et alternativ til vores 24/7-kultur, der drukner dagdrømmeri og kreativitet, mener Martin Raymond fra Future Laboratory. Vi søger mindfulness, går på digital kur og efterspørger endnu mere føde til vores intellektuelle liv.

Livsstilekolen School of Life i London var lidt af en first mover på det felt, og i dag kommer alle mulige mennesker til aftensseminarer med skæve foredrag med førende filosoffer og professorer, der lærer publikum, hvordan man ændrer verden, dagdrømmer, bager brød eller bliver cool.

– Teatre og gallerier oplever også et boom i antallet af gæster. Med en usikker verden forude er det som om, at vi i stedet for at beklage os har set fremtiden i øjnene og besluttet os for at være proaktive og få det bedste ud af.

– Vi havde brug for en ændring. Og den her trend er muligvis vokset ud af krisen, men den ville være kommet alligevel. Det er jeg overbevist om, siger Martin Raymond, der mener, at selv folk uden trængt privatøkonomi og røde tal på bund også på et tidspunkt vil tage deres liv og pengeforbrug op til revision.

FABULERENDE HISTORIER OG MYSTIK

Men ligesom i andre krisetider trænger vi også til lidt opmuntring. Og selv om vi fik nok af *bling bling* og overforbrug, er vi også trætte af den spartanske modreaktion. Så nu vil vi have fabulerende historier, mystik og, ja – historiefortælling, som er det nye mantra. Tag bare Lady Gaga, der lancerer en duft med navnet Belladonnas tåre, siger Martin Raymond. Vi vil have brands, der forstår at lege og iscenesætte sig som personer med alt, hvad det indebærer af fejl og fortræffeligheder.

Gennemskuelighed og ærlighed er blevet faktorer, som vi tager for givet. Nu leger vi respektløst med virkelighed og fantasi, og som forbrugere kan vi sagtens skelne mellem løgn og latin. Faktionstrenden er allerede synlig på sociale medier og platforme som Twitter, Facebook, Pinterest og Tumblr. Og inden for designverdenen kan man bl.a. se trenden spire i form af personlige navne til møbler, siger Martin Raymond og nævner fx Bear Sofa af Hay, Trotters-kollektionen af TAF og Bloated Shelf af Dustdelux, hvis design er inspireret af designer Damien Gernays gravide kone.

DE NYE STATUSSYMBOLER

Er jagten på statussymboler så endelig afblæst her i den nye mere anti-materielle og sociale verden? Det vil first movers og andre måske hævde, men det er ikke rigtigt, mener de tre trendtrackere. Statussymboler eksisterer også i fremtiden, det er bare nogle andre signaler, vi skal lære at afkode.

– Det er bare ikke længere cool at sidde til en middag og fortælle, at man har købt en ny bil. For måske allerede i dag og i fremtiden vil de andre omkring bordet spørge: 'Jamen, hvorfor lejer du ikke bare?' Trenden er meget tydelig blandt de 20-30-årige. For dem er det ganske enkelt ikke en del af deres ambition at komme til at eje et hus eller en bil. De er den første generation i mange år, hvor en del af dem har udsigt til langtidsarbejdsløshed. Og den forandrede præmis sætter sin naturlige begrænsning på materialismen. Trendtracker Anne Lise Kjær opsummerer det sådan her:

– I en verden med en overflod af billige varer og mere og mere af det samme, er det helt vitalt at holde sig til den unikke kultur og arv. Vi vil have det ægte med historiefortælling og genopfundne ritualer, og vi væver det ubesværet sammen med vores egne, personlige fortællinger. Derfor bliver de nye globale *must have*-statussymboler autentiske oplevelser og lokalt håndværk baseret på en bæredygtig filosofi og 'made here'.





FREMTIDENS DESIGN

Tendenser ifølge Martin Raymond, Future Laboratory, London

– Trangen til at lege og eksperimentere kommer til udtryk i design, som bruger kontraster. Det kan være eg mod børstet stål. Brune apotekerflasker med computerprintede labels.

– Design skal tale til alle sanser, og derfor er materialernes tekstur, vægt og den følelse, de giver, vigtig – fx fornemmelsen af at holde en kop.

– Videnskabeligt udstyr, visuelle effekter og gammelt håndværk kan være med til at give design en ny dimension.

– Design skal være uperfekt. Rå kanter og skæve linjer giver os en følelse af noget individuelt.

– Lethed og volumen kombineres. Fx ved at bruge filt og læder til at skabe blødere kanter på et design.

– Proportioner skal være ude af balance. Fx Niels Datemas skeer, som ser næsten komiske ud med små håndtag og store hoveder.

– Inden for arkitektur er tanken om mindre spild og udnyttelse af ressourcer i højsædet. Kunstneren Mark Reigelman og arkitekt Jenny Chapman har skabt et rustikt skur af 100 år gammelt træ fra en lade og bygget det på Hotel des Arts i San Francisco. På den måde har de udnyttet både 'spildplads' og genbrugt materialer. Et andet eksempel er Za Bor i Rusland, som har bygget et såkaldt 'parasit' kontor mellem to eksisterende bygninger i Moskva.



Niels Datema.



Anne Lise Kjær

THE REAL THING / FEM AUTENTISKE Oplevelser



1. Hveravellir er et af de smukkeste geotermiske områder i verden.

www.hveravellir.is

2. Back to basic-hostel i Reykjavik.

www.kexhostel.is

3. Juvet Landscape Hotel.

www.juvet.com

4. Million Donkey Hotel.

www.milliondonkeyhotel.net

5. Den svenske kok Magnus Nilssons arktiske køkken.

www.favikmagasinet.se



4.



4.



MINITRENDS

Ifølge Cécile Poignant, redaktør af Trend Tablet

Hvilket rum kommer i fokus?

Vores rum bliver hydrider: Køkkenet hænger sammen med kontoret, og spisestuen, soveværelset og badeværelset er ét og samme rum. Den trend vil vi se mere af i fremtiden, hvor vi prioriterer frihed og flow i vores liv.

Hvilket boligtilbehør bliver populært?

Stoffer og tekstiler er stjernen i vores hjem: puder, tæpper og gardiner. De giver en følelse af trykthed, de varmer i hjemmet og kan hurtigt og billigt ændre hele atmosfæren.

Trenden inden for farver, materialer og mønstre?

Som mennesker har vi et behov for at gøre vores hjem personligt – afhængig af hvor vi bor, mængden af lys, klimaet og livsstil. Det er årsagen til, at vi i dag ser så mange parallelle tendenser, hvilket gør det svært at reducere trends til farver, en bestemt mode eller mønstre, som du bare må have.

Designere og kunstnere, som er værd at lægge mærke til?

Mathieu Lehanneur, en ung, fransk designer, som blander videnskab og følelser og skaber helt nye objekter. Kinesiske Ai Weiwei, som er aktivist og en politisk kunstner, der bruger sin kunst til at kæmpe. Og Scott Harrison, som grundlagde den fantastiske organisation Charity Water.



3.