Trendfarben zum Thema Resilienz

Artikel vom **21. Januar 2026**
Lacke, Beizen, Zubehör

Der Hamburger Lackhersteller Mankiewicz hat drei Trendfarben vorgestellt, die zeigen, wie sich gesellschaftliche Entwicklungen in Farbe und Material widerspiegeln.



Die drei Trendfarben greifen gesellschaftliche Entwicklungen in Farbe und Material auf (Bild: Mankiewicz).

Die Welt ist im Wandel – politisch, gesellschaftlich und technologisch. Mit den »Colors of the Year 2026« greift Mankiewicz diese Veränderungen auf. Die Trendfarben sind für das Unternehmen ein Dialog zwischen Design und Zeitgeist. Auf internationalen Messen und Reisen sammeln die Design-Experten Eindrücke, analysieren Entwicklungen und verdichten sie zu Farberlebnissen, die Emotion und Funktion vereinen. Dabei zeigen sie auf, wie sich die Welt verändert und welche Geschichten Farben erzählen können.

Beständigkeit, Klarheit und Leichtigkeit

Als zentrales Motiv hat das Unternehmen das Thema Resilienz gewählt, also die Fähigkeit, Herausforderungen mit Widerstandskraft und gleichzeitig offen und zuversichtlich anzunehmen. In diesem Sinne setzen sich die drei diesjährigen Farbtöne

mit Beständigkeit, Klarheit und Leichtigkeit auseinander. Das dunkle »Tree House« steht für die Suche nach Stabilität in bewegten Zeiten. Der tiefe Braunton erinnert an Holz, Leder und Kaffee – an natürliche Materialien, die für Beständigkeit und Vertrautheit stehen. In einer zunehmend digitalen Welt will der Farbton Wärme, Ruhe und ein Gefühl von Sicherheit vermitteln. Er symbolisiert die Rückkehr zu Handwerk, Langlebigkeit und die Sehnsucht nach dem Echten. Mit seiner zeitlosen Eleganz fügt er sich nahtlos in Designkonzepte ein, die Tradition und Moderne verbinden. »Ice Water« vereint Gegensätze: Kälte und Bewegung, Konzentration und Leichtigkeit. In Zeiten globaler Erwärmung wird Kälte zu einem wertvollen Gut – ein Symbol für Balance und Lebensfähigkeit. Der metallische Schimmer erinnert an fließendes Wasser und steht für Gelassenheit und Fokussierung. Diese Farbe soll eine visuelle Antwort auf das Bedürfnis nach Ruhe in einer komplexen Welt sein – ein Farbton, der mit Weite und Eleganz spielt, ohne Kälte auszustrahlen, und dadurch eine klare Ästhetik mit emotionaler Tiefe verbindet. Der Grünton »Sour« wird als Statement positioniert: frisch, lebendig und voller Energie. In einer Zeit, in der Unsicherheit und Überforderung dominieren, will dieser Ton Leichtigkeit und Optimismus ins Spiel bringen. Der Farbton soll auch zeigen, dass Humor und Lebensfreude ebenso wichtig sind wie Struktur und Funktion – als visueller Beweis dafür, dass Farbe Emotionen wecken und Energie spenden kann.

Hersteller aus dieser Kategorie

Hesse GmbH & Co. KG
Warendorfer Str. 21
D-59075 Hamm
02381 963-00
info@hesse-lignal.de
www.hesse-lignal.de
Firmenprofil ansehen

© 2025 Kuhn Fachverlag