PRESSEINFORMATION

**Renolit SE**

Horchheimer Straße 50

67547 Worms/Germany

www.renolit.com

**Ihr Ansprechpartner:**

Monika Haag

Head of Corporate

Design Management

Tel. + 49.6241.303.377

Fax + 49.6241.303.18.377

monika.haag@renolit.com

**Scent of Colours**

**Eine Reise durch die Welt der Gerüche mit der
RENOLIT Colour Road 2020/21**

Worms, 15. Januar 2020– Der Geruchssinn führt direkt in die Welt der menschlichen Emotionen. Als unmittelbarster der sprichwörtlichen fünf Sinne hat er die größte Bedeutung für soziales Leben und nicht zuletzt für das menschliche Überleben. Unter dem Titel „Scent of Colours“ schlägt der **RENOLIT** Trendreport 2020/21 den Betrachter emotional in seinen Bann und ist zugleich ein wertvoller Leitfaden durch die Vielzahl der Trendimpulse.

Jeder Geruch ist im Unterbewusstsein codiert und legt die Grundlage für sekundenschnelle Entscheidungen. Rund 50 Millionen Geruchsrezeptoren sind direkt mit den Hirnnerven sowie mit der gigantischen Datenbank an Erfahrungen und Emotionen verbunden. „In dieser Datenbank sind auch die zugehörigen Farbschattierungen abgespeichert. Farben sind sichtbar gemachte Düfte, Übersetzer und Träger einer Duftbotschaft“, beschreibt Verena Mundle aus dem Colour Road-Team das geheimnisvolle Wirken emotionaler Botschaften. Assoziiert der Mensch zu einem Produkt oder zu einer Farbe auch einen Duft, kann er sich bis zu zehn Mal länger daran erinnern, wie der Bochumer Geruchsforscher Hanns Hatt herausgefunden hat. Kein Wunder also, dass viele Millionen in die Forschung und Entwicklung von Düften investiert werden, um damit Kaufentscheidungen steuern zu können.

Bei der Zusammenstellung des Colour Road Trendreport und den dazugehörigen Trendfarben kommt es also auch auf den richtigen Riecher an, wie die aktuelle Ausgabe des Jahrgangs 2020/21 unter Beweis stellt. So verführen in der Trendwelt „Temptation“ originäre Lavendel- oder Rosendüfte. Im Trendthema „Appreciation“ schmeicheln komplexe Gerüche von samtigen, eleganten Weinen oder aromatisch gerösteten Kaffeebohnen, während „Vitalization“ den Betrachter an Orte mit besonders beeindruckenden Dufterlebnissen entführt. Monika Haag, Leiterin des Corporate Designmanagement der **RENOLIT Gruppe**, geht davon aus, dass derartige emotionale Erlebnisse künftig noch an Bedeutung gewinnen werden: „Je mehr in unserem digitalisierten Alltag die Anonymität zunimmt, desto stärker suchen die Menschen Authentizität und möchten sich persönliche Empfindungen erfüllen.”

**Temptation**

Die optischen Anmutungen von Wildrose, Lavendel, Zitrone und Orange stehen jeweils in direkter Verbindung mit einem eigenen, spezifischen Duft. So beeindruckt die edle Wildrose mit einer feinen Balance zwischen souveräner Erhabenheit und samtiger Wärme, die die Haut umschmeichelt. Die neue Trendfarbe *Wild Rose Supermatt* greift diese Noblesse auf, verstärkt durch die samtige

Anmutung der feinen supermatten Oberfläche. Der Rosaton mit leichten Blauanteilen ist ein souveräner Partner für helle oder ergraute Dekore.

Lavendel ist dagegen eine sanfte Einladung zum friedvollen Verweilen, entspannend und heilend zugleich. Dazu lädt auch das klassische Violett *Lavender* *Supermatt* ein – ein dominanter Akzentton, der sich gut mit dem ausgleichenden, warmen Braunton einer Eiche verträgt.

Diese Farben setzen – ebenso wie *Lemon Supermatt* und *HG Gerbera* – in

Verbindung mit einer klaren Formensprache gezielte Statements in den Wohnwelten. Zurückhaltende Designs und mittelbraune Eichendekore bilden dazu

einen ausgleichenden Gegenpol und schaffen so eine angenehme Balance.

**Appreciation**

„Appreciation“ ist die Trendwelt neutraler Farbtöne und komplexer Düfte. So enthält ein guter Bordeaux bis zu 400 Aromen und jede Kaffeebohne mehr als 800 – zwei Sinnbilder für die Vielfalt im Ausdruck von Liebe und Wertschätzung. Der Genuss beider Produkte bedeutet geschmackliche Raffinesse,

gepaart mit handwerklicher Liebe zum Detail und der Leidenschaft eines erfahrenen Produzenten.

Der moderne Mensch entscheidet sehr bewusst darüber, was und wie er konsumiert. Das sinnliche Geschmackserlebnis ergänzen heute wohlüberlegte Verantwortung, Wertschätzung und ein gutes Gewissen vor dem Hintergrund fairer Produktionsbedingungen; das warme *Cubanit Grey* *Suedette Matt* und das sanfte Beige *Almond* *Supermatt* stehen sinnbildlich für naturverbundene Wertigkeit. Die eleganten Vertreter dieser Farbwelt sind der gedeckte Rotton *HG Bordeaux* mit Hochglanzoberfläche und das edle *Bronze Metallic*.

Die Trendfarben von „Appreciation“ bilden eine Bühne für zeitlose Designlösungen, die – von Naturstein oder Keramik inspiriert – mit ihren Neutraltönen eine wärmende Wohlfühl-Atmosphäre erzeugen. Als Paten fungieren hochwertige Materialien wie dunkler Marmor oder raffinierte Oberflächen, die Eleganz,

Dauerhaftigkeit und Wertigkeit miteinander verbinden.

**Vitalization**

Das Meer steht für Frische, Weite und Belebung. Tiefes, erfüllendes Durchatmen entschleunigt und entspannt, alles ist blau. Blau ist Farbe, Duft und

Zustand zugleich. Ein zwangloser Partner ist das frische Grün der Zirbelkiefer, ihr Duft spendet Energie und klärt den Geist. Dazu gesellen sich Duft und Farbe von Zitronengras, eine immergrüne Gewürz- und Heilpflanze aus dem asiatischen Raum. Sie wirkt nicht nur gesundheitsfördernd und gemütserhellend, sondern sorgt auch in Gesichtswässern, Bade- und Inhalationsölen für Belebung.

Als Sinnbild für Blau steht in dieser Farbwelt das frische, helle *Ocean Breeze Supermatt*, dem ein minimaler Rotanteil seine Kälte nimmt. Die Bandbreite der Grüntöne markieren zwei Gegensätze: Mit seinem hohen Gelbanteil ist *Lemongrass Supermatt* ein extrem helles und frisches Grün.
*Pine Green Supermatt* dagegen ist nur leicht gelbstichig und dominiert als edler Grünton mit Tiefe. Eine Brücke zwischen Grün und Blau schlägt die

dezente Trendfarbe *Acai Berry Supermatt*.

Die Blau- und Grüntöne von „Vitalization“ gehen mit ebenso natürlichen und belebenden Dekorpartnern eine perfekte Verbindung ein. Hölzer, ob naturbelassen oder in zurückhaltenden Grautönen, überzeugen mit einer frischen

Anmutung und erzeugen heimeliges Wohlbefinden.

**Das Unternehmen**

Die **RENOLIT Gruppe** ist ein weltweit führender Spezialist für hochwertige Folien, Platten und weitere Produkte aus Kunststoff. Mit mehr als 30 Niederlassungen in über 20 Ländern und einem Umsatz von jährlich

einer Milliarde Euro ist das Unternehmen einer der global führenden Kunststoff-Verarbeiter. Über 4.700 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

entwickeln das Know-how aus über 70 Jahren Unternehmensgeschichte ständig weiter.

[www.renolit.com](http://www.renolit.com) ꟾ [Twitter](http://www.twitter.com/RENOLITGroup) ꟾ [Facebook](https://www.facebook.com/RENOLITGroup/) ꟾ [Linkedin](http://www.linkedin.com/company/RENOLITgroup)