

DAS WIRD UNS 2012 VERÄNDERN

Was werden wir dieses Jahr lesen und hören? Wie werden wir wohnen, uns schminken und frisieren? Wie wird sich die Eurokrise auf unsere Parteien auswirken? Und was für Jacken, Jeans und Uhren werden 2012 zu Bestsellern? Wir haben 23 Firmenchefs, Designer, Forscher, Marketingleiter und Trend-Insider gefragt, was dieses Jahr wichtig wird für uns. Hier kommt das Ergebnis!

Und eine kleine Überraschung für Sie, liebe Leserin: Wir verlosen 65 Trend-Teile und -Pakete. Einfach eine Postkarte mit der Nummer Ihres Wunschgewinns (und evtl. Lieblingsgröße) schicken an: Redaktion Maxi, „Trendverlosung“, Burchardstraße 11, 20067 Hamburg. Viel Glück!

TEXT ANN THORER

MODE



Sarah Esser, Zentraleinkäuferin bei der Peek & Cloppenburg KG Düsseldorf

Farben

Sorbet- und Bonbonfarben, maritime Farben wie Weiß und Royalblau, ganz viel Rot und edles Orange – die zarten und die reinen Farben, die die Designer in ihren Frühjahr-/Sommerkollektionen verwenden, kommen selbstverständlich auch in die Läden unserer Einkaufsstraßen. **Sarah Esser, Zentraleinkäuferin bei der Peek & Cloppenburg KG Düsseldorf** weiß allerdings auch schon, welche Töne die Mode im Herbst und Winter 2012 anschlägt: „Dann werden die Farben im Gegensatz zum Sommer wieder ruhiger und natürlicher. Erdtöne mit einem Farbtupfer in Beertönen, Tanne und Bordeaux sind dann im Trend.“

Roter Piquee-Blazer von Jake*s, ca. 80 Euro.



Pulli von Review in der Trendfarbe Peach, ca. 26 Euro.



Blauer Rock mit Schleife von Review, ca. 40 Euro.



Longtop mit Blümchen, ca. 50 Euro und Top mit Streifen, ca. 30 Euro, beides SELECTION by s.Oliver.

Muster

Patchwork-Optiken, grafische Drucke und Motiv-Musterungen, ethnische Muster, Colourblocking – bei s.Oliver wird es bunt. Auch die angesagten Blumenprints werden wir bald in den Läden sehen. „Auf Blusen und Shirts ist von romantischen Millefleurs-Prints bis zu großflächigen, exotischen Blumen- und Blätterdrucken alles dabei“, sagt **Britta Doppelfeld, Division Head s.Oliver Casual women**. Diese Naturmuster finden wir 2012 übrigens nicht nur bei Fashionlabels wieder, sondern auch in den großen Einrichtungsgeschäften. Denn: Wir kleiden uns, wie wir wohnen – Möbel und Mode nehmen immer dieselben Trends auf (siehe Seite 68).



Britta Doppelfeld, Division Head s.Oliver Casual women