

Aufklärendes Design

Die Trendfarben von Grafe werden zusammen mit dem Verein „Jugend gegen Aids“ vorgestellt

Nicht nur eine sehr spezielle Präsentation, sondern auch einen guten Zweck hatten die Farbexperten von Grafe bei ihrer diesjährigen Color-Preview im Sinn. In Zusammenarbeit mit einer Jugendinitiative ist eine mutige und informative Kampagne entstanden. 2020 werden die Farben natürlicher und pastelliger mit einem Disco-Revival von Pink, Violett und Gold.

Farben begleiten uns überall, haben seit jeher eine große Bedeutung und spiegeln den Zeitgeist wider. Sie sind so vielseitig und aufregend wie das Leben selbst. Darüber hinaus lösen Farben Emotionen und Stimmungen aus, die Einflüsse auf die Psychologie der Menschen haben. Farben wirken, ob man will oder nicht. Sie beeinflussen, manchmal ganz bewusst, unser Wohlbefinden, Denken und Handeln.

Die Grafe Advanced Polymers GmbH, Blankenhain, präsentiert mit ihrer aktuellen Farbvorschau (Color Preview) nicht nur die Trendfarben der kommenden Saison 2020, sondern leistet in Kooperation mit der Initiative „Jugend gegen Aids“ auch wichtige Aufklärungsarbeit. Anlässlich des 10. Geburtstages der internationalen Aufklärungsinitiative Jugend gegen Aids (JGA) stellen Grafe und JGA ihre bunte Aufklärungskampagne „one decade with love, respect and condoms“ in einem Kalender vor. Er zeigt die am häufigsten vorkommenden sexuell übertragbaren Krankheiten grafisch in den aktuellen Trendfarben visualisiert – jeden Monat ein Erreger, vor dem man sich mit Kondomen schützen kann.

Engagement fördern und verbreiten

Die Erfolgsgeschichte von JGA begann 2010, als eine kleine Gruppe engagierter Hamburger Schüler die Initiative ins Leben rief. Mit der Gründung des Projekts „Positive Schule“ fiel der Startschuss für die heute sehr erfolgreiche Aufklärungsarbeit an Schulen. In den „Jugend gegen Aids“-Akademien werden Interessierte ausgebildet, die so den Aufklärungsunterricht an Schulen übernehmen können. Auch auf Festivals, Events sowie mit großen Öffentlichkeitskampagnen setzt sich



Bild 1. Geschäftsführer Matthias Grafe (links) und Roman Malessa (rechts), Generalsekretär und Sprecher von Jugend gegen Aids, wollen mit der Farb-Vorschau ein Zeichen setzen (© Jugend gegen Aids)

JGA für eine vielfältige und aufgeklärte Gesellschaft ein, in der Sexualität kein Grund für Ausgrenzung, Angst und Stigma ist.

Als 2015 der Beirat gegründet wurde, übernahm Bundespräsident Dr. Frank-Walter Steinmeier persönlich die Schirmherrschaft des Vereins. JGA wächst seither stetig, wurde international, und immer mehr Jugendliche engagieren sich für die Grundwerte von JGA. Gemeinsam mit ausländischen Interessensgruppen organisiert der Verein immer mehr Aktionen. Meilensteine der internationalen Arbeit waren auch der Zuspruch durch große Organisationen weltweit, wie UNAIDS und der World Health Organisation. Mittlerweile ist die Initiative bei den wichtigsten Aids-Konferenzen auf dem ganzen Globus nicht mehr wegzudenken.

Sowohl in Deutschland als auch international sind mangelnde sexuelle Aufklärung und damit einhergehende Folgen eine große Herausforderung für junge

Generationen. Die Zahl der Infektionen mit HIV und anderen sexuell übertragbaren Krankheiten nimmt stark zu. Viele junge Menschen sind unzureichend über die Gefahren von ungeschütztem Geschlechtsverkehr und Sorglosigkeit aufgeklärt. Für Betroffene bedeutet dies nicht selten Ausgrenzung und Benachteiligung im täglichen Leben. Deshalb unterstützt Grafe die internationale Aufklärungsinitiative JGA, um auf vergessene Themen, wie HIV und andere sexuell übertragbare Krankheiten, aufmerksam zu machen.

Von der Idee zur farbstarken Kampagne

Die Idee für die Zusammenarbeit entstand bei der Vorstandstagung der JGA im Spa & Golf Resort Weimarer Land, dessen Inhaber Grafe-Geschäftsführer Matthias Grafe ist (Bild 1). Das Resort unterstützt den Verein und stellt regelmäßig

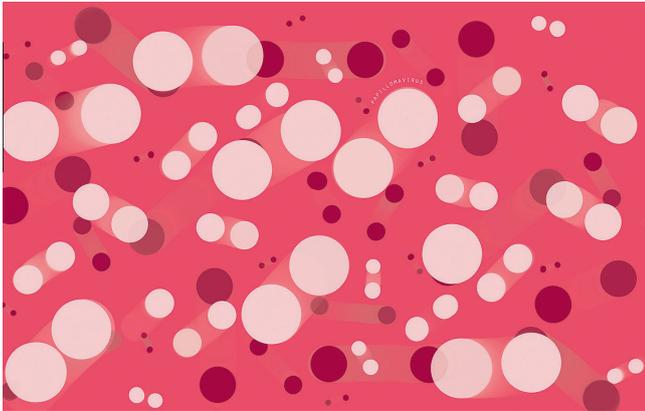


Bild 2. Die Januar-Farben Sticky Berry, Blush und Eros werden anhand des humanen Papillomavirus (HPV)-Virus präsentiert. Er kann Gebärmutterhalskrebs hervorrufen. Das Motiv wurde von Mikroskopiebildern inspiriert (© Grafe)

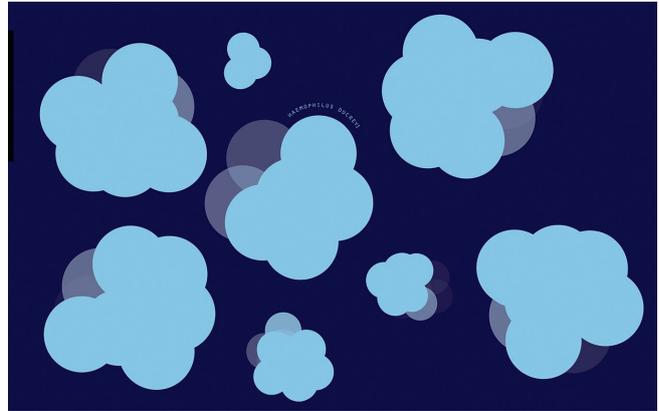


Bild 3. *Ulcus Molle Haemophilus ducreyi* ist ebenfalls ein häufig übertragbarer Erreger. Die dargestellten Blautöne One Night und Quick Blue werden 2020 natürlicher und lebendiger (© Grafe)

seine Räume für Meetings, Workshops und Veranstaltungen von JGA zur Verfügung. In diesem Jahr wurde die Kooperation durch die farbstärke Kampagne ausgebaut. Der jährlich erscheinende Grafe-Kalender, in dem jeden Monat eine neue Trendfarbe präsentiert wird, widmet sich dem JGA-Anliegen. Er soll die Aufklärungsinitiative fördern und Interesse bei Entscheidern aus der Industrie wecken, um das Netzwerk von Unterstützern weiter auszubauen. Der Kalender wird auf zahlreichen Veranstaltungen unter anderem beim STI & HIV 2019 World Congress in Vancouver und über Social-Media-Kanäle durch Influencer präsentiert.

Die Vorschau fürs kommende Jahr zeigt ein Arsenal voller ausdrucksstarker Farben und faszinierender Effekte. Die Designer der Trendfarben im Grafe-Design-Center verknüpften 12 grafisch aufbereitete Mikroskopaufnahmen der häufigsten sexuell übertragbaren Krankheitserreger mit der Farbvorstellung. Mit dabei auch weniger bekannte Erreger, von Syphilis, HPV (**Bild 2**) und Aids, bis Trichomoniasis, *Ulcus Molle* (**Bild 3**), Lymphogranuloma Venereum. Auf jedem Kalenderblatt wird eine der „sexually transmitted diseases“ mit Symptomen, Krankheitsverlauf, Diagnostik sowie Therapieansätzen beschrieben. Die kontrastreiche Palette von natürlichen bis künstlichen Farbtönen regt zum Nachdenken an. Das Druckwerk ist mit einer Auflage von 300 Stück limitiert und soll Aufklärungsmittel sowie Designobjekt zugleich sein. Über 10000 individuelle Farbkreationen werden pro Jahr im Grafe-Design-Center für die Kunden in aller Welt angefertigt.

Organische und natürliche Elemente inspirieren

Die Farbpalette für 2020 ist gefüllt mit naturellen Tönen. Lebendiges Blau und Grün bleiben in Nuancen erhalten. Blau tendiert in Richtung frostiger Tau-Töne und Winterhimmelblau. Bei Grün neigt die Farbgebung zu verblichenem gelbstichigem Grün, welches in manchen Anmutungen ebenfalls dunkle Nuancen mit Gold aufzeigt. Die Inspiration von organischen und natürlichen Elementen wird nächstes Jahr einen großen Einfluss haben. Natürliche Materialien erwachen und erleben eine Kraft von Technik. Farben wie Rosé, Blau und Grau erscheinen klar und prägnant und wollen sich in ihrem Minimalismus neu erfinden. Sie werden aktiv und zeigen sich teilweise transparent. Kontrastiert wird das Ganze durch elementare Kombination aus beispielsweise leuchtendem Rot und sanftem dunklem Türkis. Sie rufen starke Effekte hervor und wirken zusammen.

Ein unübersehbarer Einfluss ist Weiß in soften und frostigen Tönen. Es verändert sich stetig und nimmt den Betrachter mit auf eine Reise durch die Natur und Ethik. Die Tiefe von Weiß wird sehr ausgeprägt dargestellt werden. Ob durch Abschattierungen von Blau oder Gelb hin zu widerscheinenden Effekten, die sich wiederfinden. Mattheit übt hier ebenso eine große Dominanz aus.

Pastellfarben haben ihre Erneuerung in mehr Sättigung gefunden. So zeigen sich Materialien in kolossaler Strahlkraft und Sinnlichkeit. Hier kommt Mint vor allen zur Geltung. Eine kurze, dennoch star-

ke Wirksamkeit wird durch einen Rückblick auf das Jahr 2000 gegeben. Die Disco-Zeit wird ihr Revival feiern. Dafür kommen starke Farben zur Geltung. Vor allen Pink, Violett und Gold. Dunkle gedämpfte Töne zeigen sich durch meisterhafte Beleuchtung bzw. rätselhafte Ausleuchtung. Hier spielt Licht eine entscheidende Rolle. Normale Materialien in Schwarz und Braun entwickeln auf diese Weise mystische Schatten. So werden klassische Traditionen mit neuer Atmosphäre belegt. Für das Jahr 2020 werden metallische Farben zunehmend kraftvoller und exklusiver. Hier kommt dem kräftigen Granat eine wichtige Rolle zu. Es entsteht eine neue Form von Sinnlichkeit im Zusammenspiel mit Luxus und starken Farben. Ein tiefes Grün mit leichtem Goldschimmer erweckt hier viel Aufsehen. ■

Die Autorin

Stefanie Theuerkauf ist Head of Sales D-A-CH und Brand Manager der Grafe Advanced Polymers GmbH, Blankenhain; stefanie.theuerkauf@grafe.com

Service

Digitalversion

➤ Ein PDF des Artikels finden Sie unter www.kunststoffe.de/2019-07

English Version

➤ Read the English version of the article in our magazine *Kunststoffe international* or at www.kunststoffe-international.com