



Alles so schön blau hier: Mode aus der aktuellen Kollektion von Gucci (von links), der zeitlose blaue Anzug – und die Farbgebung bei den Speed-Skating-Weltmeisterschaften in diesem Jahr.



DAS KOMMT



FOTO: JOEL C. RYAN/INVISION/AP

Cornrows à la Rihanna

Sie wechselt fast täglich ihre Frisur – und findet täglich neue Nachahmer ihres extravaganten Hairstyings. Multitalent Rihanna ist nicht nur Sängerin, Schauspielerin, Designerin und Unternehmerin, sondern auch Frisurenkönigin. Ihr jüngster Coup: schmal geflochtene Cornrows beim Auftritt anlässlich der British Fashion Awards in London. Der neue Look sorgte für mehr begeisterte Kommentare im Netz als das ebenfalls auffällige mintgrüne Minikleid.



FOTO: OSHA KEY/UNSPASH

Golden Milk gegen grauen Alltag

Goldene Zeiten brechen an. Zumindest getränkemäßig. Ein beliebtes Rezept aus der Ayurveda-Heilkunst, das in Indien eine jahrhundertlange Tradition hat, erobert zunehmend europäische Cafés und Küchen: Golden Milk ist mit Kurkuma, schwarzem Pfeffer, Kokosöl und Honig versetzte warme Milch. Das Kurkuma sorgt nicht nur für die goldgelbe Farbe, sondern soll auch die Bildung des Glückshormons Serotonin und den Stoffwechsel ankurbeln.



FOTO: KIRILL/UNSPASH

Modern Living löst Vintagestil ab

Ein neues Jahrzehnt bricht bald an. Für Inneneinrichtungsexperten ist das die perfekte Gelegenheit, um zu entrümpeln. Das bedeutet vor allem: Raus mit den Vintagemöbeln. Der neue Wohntrend heißt Modern Living. Alles, was nach Shabby Chic aussieht oder antik ist, passt nicht mehr zu dem reduzierten Stil, der nun Einzug hält. Naturmaterialien bleiben, doch das Design ist geradlinig. Auch das Farbspektrum fällt dezent aus: Weiß, Grau und Beige dominieren.

Die blaue Stunde

Von Helene Kilb

Eine dunkelblaue Weite, oben glitzern ein paar Sterne, davor sind Berge und zwei Gestalten zu erkennen, deren Silhouetten sich im Wasser widerspiegeln – mit diesem Video präsentiert das US-amerikanische Pantone Color Institute die Farbe des Jahres 2020, Classic Blue. Der dunkle Blauton reiht sich ein in die Chronologie von insgesamt 20 Farbtönen, die seit dem Jahr 2000 von Pantone zur Farbe des Jahres gekürt wurden.

Um die Wahl zu treffen, analysiert das einflussreiche Farbinstitut nach eigenen Angaben Farbtrends, die sich in Mode und Design abzeichnen, in der Film- und Unterhaltungsbranche eine Rolle spielen oder vermehrt in Werken angesagter Maler und bildender Künstler auftauchen. Auch Social-Media-Plattformen wie Instagram beeinflussen die Entscheidung. Ist die Farbe des Jahres erst einmal bekannt, wird sie vielfach für künftige Modekollektionen, bei der Inneneinrichtung sowie beim Produkt- und Grafikdesign aufgegriffen.

Darüber hinaus bemühen sich die Experten von Pantone, mit der jeweiligen Farbwahl auch die gesellschaftliche Stimmung einzufangen: In Zeiten von Klimawandel und unsicherer politischer Weltlage steht Classic Blue laut Laurie Pressman, Vizepräsidentin des Pantone Color Institute, für „ein beruhigendes Blau, voller Ruhe und Selbstvertrauen“. Doch ziehen die Farbexperten zusätzlich den Vergleich zum Abendhimmel in der Dämmerung. Der Ton steht auch für die „blaue Stunde“ zwischen Tag und Nacht. Ein bisschen klingt das nach einem warnenden „Es ist fünf vor zwölf“. Doch Pressman beruhigt: Es sei kein geheimnisvolles Nachtblau, betonte sie gegenüber dem amerikanischen Nachrichtenmagazin

Classic Blue ist die Farbe des Jahres 2020. Die Nuance steht für Ruhe und Selbstvertrauen – in Zeiten von Klimawandel und unsicheren Lagen in der Weltpolitik ist das auch dringend notwendig, meinen Farbexperten.

„Es ist beruhigend, aber auch anregend.“

Laurie Pressman, Vizepräsidentin des Pantone Color Institute

„Time“. Das Blau der Abenddämmerung vermittele Vorfreude auf den nächsten Tag. „Es ist beruhigend, aber auch anregend.“ Pressman räumte zudem ein, dass es kein Zufall sei, dass mit dem Jahrzehntwechsel wieder ein Blauton dominiere. Auch mit der Farbe für das Jahr 2000 geeignete Pantone mit einem ruhigen Blau diffusen Ängsten vor einer ungewissen Zukunft. Blau stehe grundsätzlich für Zuverlässigkeit, Vertrauenswürdigkeit, Glaubwürdigkeit und Beständigkeit – Werten, die in den schnelllebigen, hochbelasteten Situationen der heutigen Welt geschätzt würden.

Das Pantone Color Institute gehört zum Unternehmen Panto-

Die Farbe des Jahres: Pantone Classic Blue wird uns im Jahr 2020 begleiten.

FOTO: PANTONE/AP

ne, das ursprünglich Farbkarten für Kosmetik und Mode herstellte. Bekannt wurde es durch das 1963 eingeführte Pantone Matching System: Hierbei ordnete Pantone jeder Farbe eine bestimmte Nummer zu. So konnten sich etwa Grafikdesigner weltweit erstmals sicher sein, über dieselbe Nuance zu sprechen, statt sich wie zuvor auf das individuelle Farbpfinden zu verlassen. Außerdem legt Pantone Wert darauf, die jeweilige Farbe und ihre Wirkung in Bezug zum bedruckten Material zu setzen, da der Farbdruck je nach Textur stark variieren kann.

Was die Vielseitigkeit und Beliebtheit anbelangt, hätte das Pantone Color Institute mit dem klassischen Blau für 2020 keine bessere Wahl treffen können. Anders als etwa die zumindest in den Bereichen Mode und Inneneinrichtung wenig kompatiblen Farben Ultraviolett für 2018 und das weintraubengrüne Greenery in 2017, ist Classic Blue eine Farbe, mit der man nichts falsch machen kann. Nicht zuletzt deshalb setzen wohl auch vor allem die britischen Herzoginnen Kate und Meghan bei offiziellen Auftritten auf ein ruhiges, eher dunkles Blau. Zumindest in modischer Hinsicht bewahrt die Farbe vor Fettnäpfchen. Blau steht zudem für Konsens und Ausgleich. Auch auf dem politischen Parkett. Und auch im Alltag hat wohl niemand etwas gegen eine Handtasche, ein Kleid, einen Anzug, ein Sofa oder ein Auto in Dunkelblau einzuwenden. An Classic Blue ist nichts extravagant. Mancher mag die Farbe daher vielleicht für langweilig halten. Aber kann

ein vom Farbspiel am Himmel inspirierter Ton wirklich langweilig sein? „Classic Blue ruft uns auf, unseren Horizont zu erweitern, klarere Gedanken zu fassen, neue Perspektiven einzunehmen“, betont Leatrice Eiseman, Exekutive Director des Pantone Color Institute. Nicht umsonst haftet dieser Farbe etwas Überirdisches an: Als tiefblaues Firmament schwebt sie gewissermaßen über den Dingen, als Farbe des Meeres wirkt sie unergründlich.

Anders als bei sehr auffälligen Tönen, bietet es sich bei Classic Blue an, die Vielfalt der Materialien auszuschöpfen – und das nicht nur bei Kleidung. Gibt man bei Google das Suchwort „Dunkelblau“ ein, schlägt die Suchmaschine an erster Stelle den Begriff „Wandfarbe“ dazu vor. Es ist also anzunehmen, dass dieser Trend viele Menschen anspricht. Diverse Farbhersteller haben ihn bereits aufgegriffen. Besonders im Schlafzimmer entfalten dunkelblaue Wände ihre beruhigende Wirkung – die Farbe steht wie keine andere für Harmonie, Entspannung und Ausgeglichenheit. Wer nicht gleich eine komplette Wand streichen, sondern sich probeweise erst mal nur ein Möbelstück in Dunkelblau kaufen will, sieht sich bereits jetzt schon mit einer großen Bandbreite an Produkten in allen Preisklassen konfrontiert. Ob auch die Foodbranche von Blau als Farbe des Jahres profitieren wird, bleibt indes abzuwarten: Evolutionsbedingt ordnet der Mensch blaue Lebensmittel als ungenießbar ein. Schimmel ist blau, und viele Giftpilze haben eine bläuliche Farbe. Wissenschaftler haben außerdem herausgefunden, dass blaue Farbe einen appetithemmenden Effekt hat. Wer abnehmen will, solle daher in einer blau gehaltenen Umgebung oder von blauem Geschirr essen. Davon wird es mit Sicherheit schon bald eine Riesenauswahl geben.

GESCHMACKSSACHE

Alles Käse

Von Dany Schrader

Kulinarisch betrachtet hat das Jahr 2019 auf Instagram nicht wirklich überrascht. Geblieben sind die Bowls und die Avocado, neu an der Spitze der meistfotografierten und gelikten Speisen waren der Beyond-Meat-Burger und der Ingwer. Und natürlich konnte man wieder sehr viele Blaubeeren sehen. Ein französisches Label präsentierte neulich sogar eine seiner Lederhandtaschen in ihrer Gesellschaft.

In den echten Küchen rund um den Globus sieht es – mal Hand aufs Herz – wahrscheinlich ganz anders aus. Bodenständiger. Schließlich gibt es Abende, an denen man sich zu nichts weiter aufraffen kann als zu

Nudeln mit Pesto oder einer Fertigpizza. An immer mehr Tagen, auch das ist ein Trend aus 2019, bleibt die heimische Küche kalt. Die Schauspielerin Nora von Waldstätten erzählte im „Zeit-Magazin“ mal, dass es in ihrer Familie so war. Feierlich dagegen waren die seltenen Momente, an denen es heißen Käsetoast gab. Für von Waldstätten war die Verbindung von Weißbrot, Kochschinken und Käse bis ins Erwachsenenalter gleichbedeutend mit großem Glück. Selbstverständlich hatte sie damit vollkommen recht.

Dass schlichter Gouda, geschmolzen auf Tütentoast die Stimmung heben kann, ist nicht mal eine Überraschung. Immerhin schafften es Speisen mit Käse nach Salat und Kuchen im Jahr 2019 auf Platz drei der

Instagram-Trends sortiert nach Warendgruppen. Und schon der erste westdeutsche Fernsehkoch Clemens Wilmenrod erfreute die Nation im Jahr 1955 mit Toast Hawaii, nur echt mit der plastikroten Cocktailkirsche. Das schmeckte auch in der DDR, allerdings noch unter dem Namen Karlsbader Schnitte.

Wie gut sich zerlaufener Käse bis heute verkaufen lässt, beschreibt ein einzelnes Wort: Pizza. Und sein Erfolg ist an der Vielzahl der Foodtrucks abzulesen, die sich mit Hingabe dem Thema Grilled Cheese (gegrillter Käse) widmen. Dort gibt es beispielsweise den US-amerikanischen Klassiker Macaroni and Cheese (Makkaroni mit Käsesoße) zwischen zwei Toastbrotscheiben gestrichen, Passtrami-Sandwiches mit Käse oder ein-

fach Käsetoast mit Zwiebeln und sauren Gurken.

Geschmolzener Käse ist absolut international: Die Franzosen essen ihn auf im Kontaktgrill gequetschten Baguettehälften, die Italiener haben Mozzarella in Carrozza berühmt gemacht: Dafür werden zwei Weißbrotscheiben in geschlagene Ei-masse getaucht und in einer Pfanne in Butter gebacken.

Das Gute am Käsetoast ist aber vor allem, dass man bei der Zubereitung eigentlich nichts

falsch machen kann, wenn man nichts anbrennen lässt. Käsetoast gelingt in der Pfanne, im Backofen oder aber im Kontaktgrill. Wer es mag, kann auch einen Sandwich-

toaster nutzen, der das Brot gleich in zwei Dreiecke teilt. Experten experimentieren – mit Sauerteig, Brot, Ciabatta, Sandwichtoast aus der Tüte. Es ist fast schon ein Gesetz, dass

eine Mischung aus drei Sorten Käse das beste Geschmacksergebnis liefert. Und natürlich sollten die Scheiben – keine Angst vor Fett – vor dem Grillen mit Butter bestrichen werden. Butter und Käse verbinden sich dann zu einer Einheit, die sehr schmeichelhaft auf der Zunge zergeht.

Man könnte sagen, der Käsetoast ist die Pizza des kleinen Mannes. Mit ihm kann nichts schiefgehen. Geschmolzener Käse zwischen zwei Toastbrotscheiben ist eine Verbindung, die vielleicht nicht schön genug für Instagram ist. Geliebt wird sie trotzdem von Millionen.

Nichts anbrennen lassen: Grilled-Cheese-Sandwich aus der Pfanne.

FOTO: SUMNERS GRAPHICSINC/ISTOCKPHOTO

