



Treffpunkt Showroom Falke: Mode-Experten hören interessiert zu.

Fashion Trend Pool tagt in Düsseldorf

15.04.2019 | [Unternehmen](#) | [Ilona Sauerbier](#)

Es ging um das Update des Sommers 2020, neue Tendenzen zum H/W 20/21 und vor allem um ganz viel Networking und Nachhaltigkeit. Der Colour Circle des Fashion Trend Pool traf sich diesmal im Falke Showroom in Düsseldorf.



Bald werden sich die Händler mit Sommer 20 beschäftigen. Der Fashion Trend Pool mit seinem Portfolio kreativer Services und Dienstleistungen tut dies schon länger, denn hier stehen schon die ersten Tendenzen für H/W 20/21 im Fokus. Am 11./12. April trafen sich daher Händler, Industrie, Designer und Vorstufe zum saisonalen Networking und zum Festlegen der Lederfarben für H/W 20/21.

Fashion-Trend-Pool-Gründerin Marga Indra-Heide moderierte durch die zweitägige Veranstaltung und erfasste zunächst noch einmal die angesagten Trends zum Sommer 20.

Ein ganz großer Look wird das Thema Weiß sein. Immer noch nicht ausgereizt, immer wieder neu. Weiß kommt nicht nur bei Sneakern, die längst nicht am Ende sind, sondern jetzt auch stärker bei Taschen. Hier sieht man auch, dass Sneaker wieder weiblicher werden. Auch Gelb als Trendfarbe, die bereits dem aktuellen Sommer ein Lifting gegeben hat, wird sich weiter durch die nächste Saison ziehen. Neon als Akzentfarbe bekommt zudem einen größeren Stellenwert als zuvor, und auch die Rotskala - von weichem Nude bis hin zu Pink - bleibt ein wichtiges Farbsegment um den neuen Schuhen mehr Modernität zu geben. Hinzu kommen zwei große Farbfelder: die Gruppe der Waterworld-Farben sowie auch sehr viele Grüntöne bis hin zu Cognac und Braun. Oliv ist das neue Taupe, Braun das neue Grau.

Neue Hybridformen entstehen durch die Kreuzung von Sneaker und Trekkingsandale. Sohlenbetonung bleibt ganz wichtig, und wer kalte Füße hat, trägt Lurexsöckchen dazu.

Generell sind Umweltbewusstsein und Nachhaltigkeit ganz große Themen, die einen großen Diskussionsraum während der Veranstaltung des Fashion Trend Pool einnahmen. Alle großen Unternehmen beziehen die Umwelt (ernst gemeint, oder auch nicht), in ihre Produktentwicklung und Marketingstrategien mit ein. Überall hört man das Wort Recycling, auf den vorangegangenen Messen wie Lineapelle und Premier Vision wurde überall die Thematik aufgegriffen und dargestellt. Selbst Unternehmen wie Lavazza geben sich jetzt in ihrer Werbung einen nachhaltigen Finish.

 Drucken |  Weiterempfehlen

 Empfehlen

 Tweet

 +1



VERWANDTE THEMEN



Kienast will bei Schuhpark einsteigen [weiter >](#)



My Zeil in Frankfurt eröffnet Food- und Entertainment Etage [weiter >](#)



Görtz launcht mobilen Kinderschuh-Service [weiter >](#)



Adidas stellt Arena-Gebäude fertig [weiter >](#)



DAV bei Engelhorn Sports [weiter >](#)



Die Modeurop-Farben für HW 20/21 stehen fest [weiter >](#)

