

A photograph of a hallway with vibrant orange walls and ceiling. A door in the center is also orange and has the number '607' embossed on it. The door has a silver handle and a keycard slot. A dark carpet runner leads to the door. The lighting is warm and uniform.

Buntes Brüssel

Ein Designhotel bekennt Farbe: Das weltweit erste und einzige Pantone-Hotel in Brüssel zeigt wie eng Farben und Wohlbefinden verknüpft sind

TEXT — EVA STEIDL

FARBE DES JAHRES 2000
Cerulean
15-4020

FARBE DES JAHRES 2003
Aqua Sky
 14-4811

Unweit der Avenue Louise im Brüssler Stadtteil St. Giles ragt aus einer renovierten Häuserreihe die knallbunte Gebäudefront des weltweit ersten Pantone-Hotels. Das Konzept des Hotels basiert auf dem Pantone Farbsystem, das 1963 in Amerika entwickelt wurde. Vorrangig in der Grafik- und Druckindustrie benutzt, werden Farben anhand von Nummerierungen standardisiert, um nicht auf individuelle Farbwahrnehmung angewiesen zu sein, die sehr unterschiedlich sein kann. Das menschliche Auge kann mehr als zehn Millionen Farben unterscheiden. Auf die Frage nach der Lieblingsfarbe antworten jedoch knapp die Hälfte aller Menschen einfach mit „Blau“, ein Fünftel mit „Rot“. Die unbeliebteste Farbe ist Braun.

Daher beschloss der Brüsseler Designer Michel Penneman, zusammen mit dem Architekten Olivier Hannaert, ein Hotel zu entwickeln, das den Gästen im Bezug auf Farbwahrnehmung die Augen öffnet. Beispielsweise sind 277C, 301C und 2718C dort nicht etwa die Zimmernummern, sondern die fein abgestimmten Farbtöne der Räume, Möbel, Textilien und Accessoires. Bei der Ankunft wählt man sein Zimmer nach Lieblingsfarbe und aktueller Tageslaune aus. Die Angestellten des kleinen unkonventionellen Designhotels errechnen anhand von bestimmten vom Gast angegebenen Kriterien dessen Farbtyp und ermitteln das entsprechende Zimmer. Dabei geht es ums Detail. Soll es „fröhlich und warm“, „frisch und anregend“ oder lieber „ruhig und inspirierend“ sein? Auf insgesamt acht Stockwerken und 59 Zimmern verteilen sich Nuancen der wichtigsten sieben Grundfarben mit wohlklingenden Namen von Absinth bis Zinfandel, Alabaster bis Zink. Und weil sich das Thema Farbe so schwer in Worte fassen lässt, gibt es in jedem Zimmer kleine Farbtafeln, welche die verwendeten Raumtöne, deren Herkunft, Bedeutung und Wirkung entschlüsseln.

Man kann diese Idee als Marketing-Gag abtun, doch am Symbolcharakter von Farben ist etwas dran. Sie können die unterschiedlichsten Assoziationen und Gefühle wecken und unsere Stimmungen beeinflussen. Seitdem wir Bilder an die Wände von Höhlen malen, unsere Kleidung und Gebrauchsgegenstände färben, versuchen wir, Farben zu identifizieren, zu ordnen und in Beziehung zueinander zu set-

FARBE DES JAHRES 2008
Blue Iris
 18-3943



FARBE DES JAHRES 2012
Tangerine Tango
 17-1463



Das Pantone-Farbsystem ist an der Entwicklung vieler Dinge beteiligt, die uns umgeben

FARBE DES JAHRES 2002

True Red
19-1664



zen. So entstanden die frühen Farbmodelle, die durch Hilfsörter wie hell und dunkel, satt oder blass und Assoziationen aus der Natur und Umgebung eine Grundordnung ermöglichten. Die Entwicklung von Pantone, einer allgemein gültigen Farbsystematik, war also ein innovativer Schritt, um eine Lösung dafür zu finden, dass jeder Mensch das Farbspektrum anders wahrnimmt. Die standardisierten Farbcodes kennen Sie sicher, wenn Sie mal im Baumarkt einen Farbtopf gekauft haben, um zu Hause ein Zimmer neu zu streichen. Im Bereich Branding und Corporate Identity sind Pantone-Sonderfarben besonders weit verbreitet. Starbucks erkennt man unbewusst anhand von 3425 C, Puma verwendet 485 C. Hier geht es eben um den Wiedererkennungswert: Die exakte Wiedergabe des richtigen Farbtons ist Sinn und Zweck des Pantone Systems.

Im Brüsseler Hotel sind selbst die Kunstdrucke des ortsansässigen Fotografen Victor Lévy in der jeweiligen Farbe des Zimmers oder Stockwerks angefertigt. Sie zeigen Aufnahmen zeitgenössischer belgischer Skulpturen und Gebäude. Wer die Sehenswürdigkeiten besichtigen will, kann eine Radtour durch die Hauptstadt machen, denn das Hotel gibt Gästen bunte Hotelfahrräder zur Leihgabe. Und Brüssel ist alles andere als eine graue Maus. Die jungen Modemacher und neuesten Möbel sind im quirligen St. Giles direkt um die Ecke, und klassische Chocolatiers sind im Sablon Viertel zu finden.

Wer bei der persönlichen Farbwahl Beratung sucht, kann im Hotel auch einen Colour Consultant buchen. Oder aber per App, auch unabhängig von einem Hotelbesuch, die gesamte Pantone-Farbbibliothek runterladen. Sie kann Farben analysieren und kombinieren – und Farbtypen ermitteln. Dies scheint im Trend zu liegen, denn auch bei der unabhängigen Website Colorstrology.com, wach-

FARBE DES JAHRES 2009

Mimosa
14-0848

sen täglich die Besucherzahlen. Hier hat sich die bekannte Farbpsychologin Michele Bernhardt mit Pantone zusammengetan und errechnet per Online-Kalender die persönliche Geburtsfarbe. Das ist denkbar einfach und irgendwie auch kurios. Man

FARBE DES JAHRES 2010

Turquoise
15-5519





FARBE DES JAHRES 2007

Chili Pepper
19-1557

PANTONE

COLORSTROLOGY.COM

Farbpsychologin Michele Bernhardt hat einen Online-Kalender erstellt, der ähnlich wie beim Horoskop Ihre persönliche Geburtsfarbe errechnen kann. Hier ein paar berühmte Geburtstage neu interpretiert

PAPST GEBURTSTAG | 16 APRIL

Virtual Pink
18-1856

EXPLORER | RESTLESS | SPIRITUAL

Am 16. April 1927 wurde Joseph Aloisius Ratzinger geboren, der heute als Papst Benedikt XVI, Oberhaupt der katholischen Kirche, bekannt ist. Laut Colorstrology sagt seine Geburtsfarbe über ihn aus, dass er Leidenschaft mit seiner spirituellen Seite kombiniert. Auch spricht es von einer Berufung und von der Fähigkeit zu heilen.

JOACHIM LÖW GEBURTSTAG | 3 FEBRUAR

Persian Violet
17-3925

POIGNANT | PRECISE | TALENTED

Wenn man die Geburtsstagsfarbe von Joachim Löw, dem deutschen Nationaltrainer, errechnet, steht folgendes: "Sie haben zahllose Talente, sind kunstvoll und technisch versiert. Es ist Ihnen wichtig etwas für die Gesellschaft zu leisten. Und Ihr Einwirken auf die Gemeinschaft und die Welt macht sie stolz."

BRÜDER WRIGHT | 17 DEZEMBER

Purple Sage
18-3712

PERCEPTIVE | DEEP | STRONG

Nicht der Geburtstag der Wright Brüder, sondern die Geburtsstunde des ersten motorisierten Flugzeugfluges wollten wir hier nachschauen. Am 17. Dezember 1903 gelang den Gebrüder der erste Flug. Colorstrology sagt dazu: "Ein angeborenes Verlangen zu lernen und Dinge zu verstehen, treibt Sie voran."

FACEBOOK GRÜNDUNG | 4 FEBRUAR

Celadon Green
14-0114

TENACIOUS | UNUSUAL | HARDWORKING

Internetportal Facebook erschien zum ersten Mal am 04. Februar 2004. Damals als Universitätsplattform gedacht, verzeichnete Facebook Ende März 2012 weltweit rund 901 Millionen aktive Nutzer. Laut Geburtsfarbe hat es "trotz eines guten Humors auch eine seriöse Seite. Sie sind originell und haben gute Ideen."

Auf die Frage nach der Lieblingsfarbe antwortet die Hälfte aller Leute einfach mit "Blau"



FARBE DES JAHRES 2005
Blue Turquoise
15-5217



FARBE DES JAHRES 2004

Tigerlily
17-1456

gibt seinen Geburtstag und -monat ein, der wiederum aussagen soll, welche Farbe auf besondere Art und Weise auf das Gemüt wirkt. Alles Hokuspokus? Vielleicht – aber ähnlich wie beim Horoskop macht es Spaß, die Analyse zu lesen, auch wenn man es nicht ganz ernst nehmen mag. Die Farbforschung steckt jedenfalls noch in den Kinderschuhen – auch wenn sie seit Beginn des 20. Jahrhunderts offiziell an Universitäten betrieben wird.

Wie im Pantone-Hotel werden Farben heute immer bewusster in der Gestaltung von öffentlichen und privaten Räumen eingesetzt. Besonders im Hotel, dem Ort, wo Menschen aus aller Welt ein- und ausgehen, sowie in Architektur, Mode und Produktdesign wird Farbe derzeit zum Zeitgeist erhoben. Laut Trendbarometer wird die nahe Zukunft besonders bunt. Das meint der renommierte Farbexperte und Trendforscher Per Nimer zu wissen. Der hat 2012 zusammen mit dem Aesthetic Center des weltweit größten Farbherstellers AkzoNobel zum Jahr des Optimismus und der unendlichen Möglichkeiten erkoren. Seine Farbbotschafterin ist ein fröhlich koralliges Rot. „Zurzeit gibt es ein Gefühl der Offenheit in Bezug auf das Design. Wir fanden, dass Rot gut zu diesem Thema passt“.

Die britische Agentur Rooms Service, die sich auf Hotelgestaltung in großem Stil spezialisiert hat, nennt diesen Trend „Eklektizismus“.

Dabei geht es darum, das Gewohnte und Bekannte zu variieren und auf eine ganz neue Art und Weise zu inszenieren. Die unerwartete Verwendung von Farben spielt dabei eine große Rolle.

Farbmode kommt und geht, mit Tönen, die sich oft in nur ganz feinen Nuancen unterscheiden. Ein guter Grund, um auf ein vergnügliches Wochenende im

Pantone-Hotel einzuchecken. Und sei es nur, um herauszufinden, welcher Farbtyp Sie sind. Kleiner Tipp: Bestellen Sie ganz souverän einen „17-1463“, dann serviert man Ihnen einen Tangerine Tango Cocktail, benannt nach der Pantone-Farbe des Jahres.

GERMANWINGS FLIEGT VON

► *Ankara, Antalya, Bari, Berlin, Bremen, Budapest, Catania, Ibiza, Istanbul, Izmir, Kavala, Krakau, London-Heathrow, London-Stansted, Palma de Mallorca, Rostock, Split, Stuttgart, Thessaloniki, Venedig, Wien, Zagreb nach **Brüssel***

FARBE DES JAHRES 2001

Fuchsia Rose
17-2031

FARBE DES JAHRES 2011

Honeysuckle
18-2120



FARBE DES JAHRES 2006

Sand Dollar
13-1106

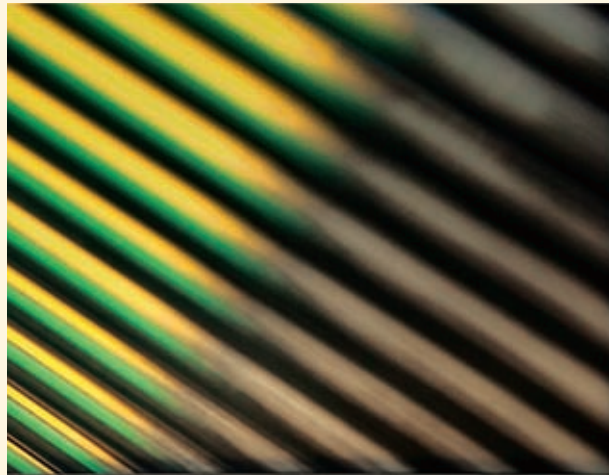
A ROOM WITH A HUE

In Brussels, the world's first hotel with decor based on the Pantone colour matching system highlights the link between mood and hue

A few minutes' walk from Avenue Louise in Brussels' St Gilles district, sits a very brightly coloured facade among a row of smartly renovated houses. Walk through the open doors and you'll find yourself in the world's first and only Pantone hotel.

277C, 301C and 2718C don't just refer to room numbers, they're also codes for the carefully selected colours of the hotel's furniture, textiles and accessories. Guests choose a room by combining their favourite colour with their mood. The unconventional design hotel's rooms come in various shades of green, blue, red, yellow and bronze. For instance, guests can opt for a room with 'cheerful and warm', 'fresh and stimulating' or 'calm and inspiring' green. It's all about the detail.

The hotel is the brainchild of Brussels designer Michel Penneman and architect Olivier Hannaert. A few years ago, Penneman bought a bright orange Pantone bag at an exhibition. He knew the company, but only as a manufacturer of colour codes, primarily used by designers. Inspired by the iconic colour brand, the Belgian went on to design the hotel's interior, employing a broad range of colours from Pantone's palette, ranging from vivid hues to more subtle shades.



Farbtafeln an den Wänden beschreiben die jeweilige Wirkung des Pantones, der die Farbgebung in Ihrem Zimmer bestimmt

E Any colour you like, so long as it's Pantone

The hotel's seven floors and 59 rooms are furnished in various hues of the seven colours of the rainbow. The colours come with exotic names like Absinthe, Zinfandel, Alabaster and Zinc. But it's difficult to capture colour in its name, so each room contains a small chart detailing the colour, its origins, meaning and effect.

We know that colours can have symbolic value. They can trigger countless associations and feelings and influence our moods. Ever since we began painting on cave walls and colouring clothes and objects, we've tried to identify, classify and link colours. The pursuit of knowledge about colour sparked the development of colour

models. Colours were classified using terms such as light and dark, rich or pale, as well as associations with nature and the environment. This resulted in the emergence of a basic colour order which slowly gained a more scientific footing.

In 1963, the American Lawrence Herbert devised an innovative system based on the

assumption that each person perceives the spectrum differently. Herbert's standardised book of colour swatches could be fanned out to make the hitherto complicated art of precise colour-matching much simpler, and swiftly became the universal standard.

Even if we don't use this colour language as experts, the Pantone colour system very likely has a significant influence on the things surrounding us in our everyday lives.

This is very apparent in the Pantone hotel. Even local photographer Victor Lévy's images of contemporary Belgian sculpture and architecture are colour-coordinated to match the surrounding room or floor. Keen-eyed guests will be able to spot some of the photographer's subjects 'in the flesh' from the hotel's roof terrace. If you fancy inspecting them up close, you can take a stroll around the city or a cycle tour on one of the hotel's bikes.

Brussels might have a reputation for being a drab, grey city, but it's much more colourful than you'd think. Buzzy St Gilles, situated just around the corner from the hotel, boasts contemporary furniture shops and stores run by young fashion designers.

The Pantone hotel is a treat for colour lovers. Guests needing some guidance can book one of the hotel's colour consultants. Residents and non-residents alike can also download the entire Pantone colour library on the company's app. The app also analyses and combines colours, determining the user's colour type.

There's also the Colorstrology tool, conceived by colour psychologist Michele Bernhardt and Pantone, which calculates the user's birth colour via an online calendar. Enter your date

Schon der Empfangsbereich des Pantone Hotels präsentiert eine breite Farbpalette

● The colourful reception area of the Pantone Hotel and its equally bright bikes



of birth to discover your birthday colour and what it says about you – dusty pink for creative types, golden brown for the great thinkers of the future.

So is colour theory just a load of mumbo jumbo? Or are the effects of colour still underestimated? Research into the field is still in its infancy, although colour theory has been studied at the academic level

since the beginning of the 20th century, and colour psychology is actually thousands of years old.

Colour now plays a significant role in the design of public and private spaces, the Pantone hotel being just one such example. But it's not just about painting a wall blue. Creating an impact with colour is important, particularly in business. Colour sells.

Architecture, fashion and product design make colours part of the zeitgeist. And according to trend analysts, the future is set to be very bright.

At least that's the view held by colour expert Per Nimer, architecture and design manager at colour manufacturer Akzo Nobel's Aesthetic Center. Nimer sees 2012 as a year of optimism and endless possibilities, and he's chosen to symbolise it with a cheerful coral red. 'There's a feeling of openness about design at the moment. We thought red reflected that,' says Nimer.

The experts have created some pretty bold combinations by placing self-confident red alongside brilliant base colours and prim pastel shades. The British design agency Rooms Service, which specialises in interior design for hotels, calls this trend for combining familiar colours in new and unusual ways 'eclecticism'.

Colours go in and out of fashion, and many differ only very subtly from one another. The human eye can distinguish between over a million different hues. Yet when they were asked to name their favourite colour, over half of women and men simply said 'blue', a fifth opted for 'red' followed by 'green'. The least popular colour was plain old 'brown'.

Clearly our ways of talking about colour lag considerably behind what we can actually see. That's good enough reason to spend a weekend swotting up on colour at the Pantone hotel, even if you only want to find out what colour type you are.

A tip for guests: if you want to show that you know your stuff, order a '17-1463'. That's the code for Tangerine Tango, a cocktail named after the Pantone colour of the year.