

Julspaning

Trygghet är utgångspunkten för årets julspaning. Vi förhåller oss alla till trygghet på ett eller annat sätt. Ett tydligt uttryck för vår trygghetslängtan är att vi vill ha en traditionell jul. Detta är de flesta trendforskare överens om. Detta sökande efter trygghet har ett tydligt ursprung: vi lever i en orolig värld med krig, grymma våldsbrott och lågkonjunktur.

Men trygghetsbehovet tar sig även andra uttryck och det är dessa uttryck som vi tar oss en lite närmare titt på i årets julspaning.

Trend 1:
Investera i upplevelser
Rich Kitsch
Hemlyx

= HEMKLUSIVITET

Hemklusiviteten:

På 80- och 90-talen talade vi alla om trenden cocooning. När man drar sig tillbaka från omvärldens alla krav och bygger ett så mysigt hem man bara kan. Nu har hemmatrenden tagit en ny, skarpare sväng. Nu talar vi om hemklusiviteten. Om exklusivitet hemma. Den djupare drivkraften är att vi investerar i upplevelser. Det handlar inte sällan om att välja proffsprylar. Vi är trötta på att bli besvikna. Vi vill uppleva kvalitet. Vi vill ha trygghet. Vi vill unna oss det bästa. Vi vill uppleva kvalitet genom att äga och använda proffsprylar. Gärna också glänsa inför andra med våra högkvalitativa prylar. En del prylar har egentligen en slags ”överkvalitet”. För hur stor monstergrill behöver du egentligen för att steka några korvar till barnen? Grillen i 100 000-kronorsklassen matchas med en proffskaffebruggare, proffsborrmaskiner för hemmabruk och en professionell videokamera. Vi njuter av rejäla grejer som verkligen fungerar och sannolikt är snygga att se på. Vi vill uppleva kvalitet hemma som är garanterad av att proffs/yrkesmän/hanverkare tycker den är ok. Däri ligger njutningen. Hemmanjutningen. Hemklusiviteten.

I populärkulturens mode- och inredningsvärld hämtar man inspiration från något som vi kallar Rich Kitsch.

Det är inte bara det att vi har tröttnat på minimalismen och som motreaktion sökt oss till mönster och kitsch i vår omgivning. Det här är också en motreaktion för att världen är för hård i övrigt - vi söker vår tillflykt i lite flärd.

Tänk aristokrati, tänk traditionell brittisk gentleman – i landet eller på stan – och ni är helt rätt ute. Det andas tradition, konservatism, kitsch och en smula galenskap – och det är precis vad vi vill ha.

Man ser det överallt – i annonser, i modereportage och i inredning. Men adel och bourgeoisie till trots – det är inte något prätigt mode vi pratar om. Det här är ett mode med svarta kanter – kryddat med lite dekadens. Vi tillåter inga moralkakor – vi har rätt att leva ut våra liv.

Mariestads – handlar om kvalitet och njutning. Om hantverksmässighet (proffsighet). Ett riktigt öl man kan lita på. En klassisk brygd. Småskalighet. Njutningen ligger i den upplevda kvaliteten av Mariestads som ett riktigt hederligt öl. Högkvalitativt och hantverksmässigt framställt.

Trend 2:
Nära
Personligt
Ursprungligt äkta

= LOKAL-EXOTISKT

Lokal-exotiskt:

Efter många års resande till exotiska länder återvänder vi hem med massor av intryck men är ändå inte tillfredställda. Det exotiska är spännande men också främmande och ytligt. När världen börjar bli allt mer farlig och oviss börjar vi istället rikta blicken mot det som är tryggt och nära. Vi vill gå på djupet och upptäcka vår egen närmiljö och kultur – och vi finner den till vår förvåning exotisk. Det lokala, det nära och personliga upplevs som ursprungligt och ÄKTA – och djupt! Vi söker allt mer våra släkttrötter i ett landskap som familjen härstammar från. Skåningar ska plötsligt prompt ha skånskt julbord. Gotlänningar ska självklart ha Gotlandspannkaka med saffran i på sitt julbord osv. Vi uppskattar gamla familjetraditioner. Traditioner som vi bara har i vår familj. Vi ger varandra hemgjorda presenter. Kanske har du en liten trädgård med fruktträd som du gör sylt från och gör egna syltburkar med egen etikett (lätt med hjälp av nya IT-verktyg som allt fler har) – nära, personligt, engagerat, ÄKTA!

Spendrups – Ett i högsta grad ursprungssvenskt och personligt öl som bär samma namn som en passionerad bryggarfamilj som vill sprida ölkultur. Familjen Spendrup vill utmana och driva utvecklingen framåt med hjälp av ren passion och bryggarkärlek. Detta är i sig något exotisk – och såklart lokalt svenskt. Lokal-exotiskt.

Wisby Vinter Weiss – är ännu mer lokalt än Spendrups. Ett resultat av Johans arbete i experimentbryggeriet i Visby. Wisby Vinter Weiss är Johans personliga tolkning av bayersk och belgisk ”veteölskonst”. Experimentandan har givits fritt spelrum. Inga stora volymer. Nära, personligt, äkta. Lokal-exotiskt så det förslår.

Trend 3.
Rekreation
Levnadskonst
Coolsmart

PAUSIOLOGI

Pausiologi:

I en allt mer framrusande värld har det växt fram näst intill en ideologi kring tid, eller rättare sagt hur vi ska förhålla oss till tid. Vi kallar det pausiologi. Julen är i dag ett av de få tillfällena då en modern människa har "rätt" att säga att man är stressad och att man helst av allt vill ta det lugnt. Julen är en slags legal pausknapp, om man vill. Allt fler vill coola ner till jul och ser julen som en möjlighet för rekreation. Den som kan konsten att orientera sig i sin samtid och göra omdömesfulla val som förenklar livet har mycket att vinna. Det handlar om att vara coolsmart för att sedan ha tid att bara vara. Kanske köper man all julmat i en saluhall eller från en cateringfirma. Kanske ger man sin partner en spa-upplevelse eller så reser hela familjen bort till jul. Det handlar om att göra livet mindre komplicerat och finna tid över för sig själv eller med människor man tycker om, att hitta balans i livet – en slags levnadskonst.

Norrlands Guld - bjuder alltid på något extra, något enkelt och kul men alltid sympatiskt. Något coolsmart. Norrlands Guld handlar om att bara vara, om okomplicerat umgänge precis som många stressade själar längtar efter i jultider. Ta det lugnt, ta det cool, dags för paus och umgänge. Norrlands Guld är norrländsk levnadskonst på mission genom landet - pausiologin varumärkifierad.