NORDIC NEST

Pressemitteilung – Oktober 2026

NORDIC NEST PRÄSENTIERT WEIHNACHTEN 2026 AUF SCHLOSS KALMAR



Für die diesjährige Weihnachtskampagne bringt Nordic Nest zeitgenössisches skandinavisches Design mit mehreren Jahrhunderten schwedischer Geschichte zusammen. In der Renaissancekulisse von Schloss Kalmar entfaltet sich eine Weihnachtswelt aus tiefen Farben, festlich gedeckten Tafeln und Designobjekten, die dafür geschaffen sind, Generationen zu überdauern. Unter dem Leitgedanken „Made for Memories" erzählt die Kampagne von den Dingen, Traditionen und Orten, die unsere Erinnerungen an Weihnachten prägen.

Für Weihnachten 2026 verlässt Nordic Nest die klassische Studiokulisse und zieht in die historischen Räume von Schloss Kalmar ein. In einer Reihe stimmungsvoller Inszenierungen treffen skandinavische Designklassiker und zeitgenössische Entwürfe auf eines der besterhaltenen Renaissanceschlösser Nordeuropas: rote Textilien vor jahrhundertealten Steinwänden, Glas und Keramik im Schein von Kerzen vor monumentalen Gemälden sowie traditionelle Weihnachtsdetails im Zusammenspiel mit modernem skandinavischem Design.

Der bewusste Kontrast steht im Mittelpunkt der Kampagne. Statt einer reduzierten Interpretation skandinavischer Weihnacht schafft Nordic Nest eine opulentere, persönlichere Welt, in der Farbe, Geschichte und die Vielfalt unterschiedlicher Objekte Raum bekommen. Das Styling wirkt bewusst individuell kuratiert: Kollektionen, Stilrichtungen und Epochen stehen selbstverständlich nebeneinander. So entsteht der Eindruck eines Zuhauses, das über viele Jahre gewachsen ist – eines Ortes, an dem liebgewonnene Erbstücke auf neue Entdeckungen treffen und jedes Objekt seine eigene Geschichte erzählt.

– Wir wollten uns von der Vorstellung lösen, skandinavische Weihnachten seien ausschließlich hell und reduziert, und stattdessen eine Welt mit mehr Tiefe, Farbe und Persönlichkeit schaffen. Schloss Kalmar ist geprägt von historischen Schichten, Patina und einer Fülle an Details, die einen wunderbaren Kontrast zum skandinavischen Design bilden. Gleichzeitig geht es bei „Made for Memories" um unsere persönliche Beziehung zu den Dingen, mit denen wir uns umgeben. Die Stücke, die wir jedes Weihnachten hervorholen, mit denen wir Jahr für Jahr den Tisch decken und die wir irgendwann weitergeben, werden Teil unserer eigenen Traditionen und Erinnerungen, sagt Sofia Flobrant, Head of Agency bei Nordic Nest.







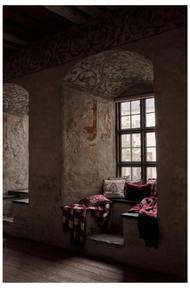
EIN NEUER BLICK AUF SKANDINAVISCHE WEIHNACHTEN

Skandinavisches Design wird häufig mit hellen Interieurs, Schlichtheit und Zurückhaltung verbunden. Mit der diesjährigen Weihnachtskampagne zeigt Nordic Nest eine ausdrucksstärkere Seite nordischer Gestaltung. Farben, Ornamente, Materialien und historische Spuren treffen auf zeitgenössisches Design und schaffen eine Atmosphäre, die zugleich vertraut und überraschend wirkt.

Made for Memories basiert auf dem Gedanken, dass ein Zuhause mit der Zeit entsteht. Schloss Kalmar verleiht dieser Geschichte eine zusätzliche Dimension. Ein Ort, geprägt von Generationen, historischen Schichten und Dingen, die über Jahrhunderte bewahrt wurden, bildet den natürlichen Rahmen für die Idee der Kampagne: wie Erinnerungen entstehen und weitergegeben werden. Dinge gewinnen an Bedeutung durch die Art, wie wir sie verwenden, durch die Menschen, mit denen wir sie verbinden, und durch die Traditionen, zu denen sie gehören. Gerade an Weihnachten wird diese Beziehung besonders sichtbar, wenn Jahr für Jahr dieselben Gläser, dasselbe Porzellan, vertraute Kerzenhalter und Textilien wieder ihren Platz finden.

DESIGN VOR EINER KULISSE AUS ÜBER 800 JAHREN GESCHICHTE

Die Ursprünge von Schloss Kalmar reichen bis ins 12. Jahrhundert zurück. Heute gilt es als eines der besterhaltenen Renaissanceschlösser Nordeuropas. 1397 wurde hier die Kalmarer Union gegründet. Im 16. Jahrhundert ließen die Könige der Wasa-Dynastie die mittelalterliche Burg zu jenem Renaissanceschloss umbauen, das wir heute kennen. Aufgrund seiner strategischen Bedeutung wurde Schloss Kalmar einst als „Schlüssel zum Reich" bezeichnet.



In der Kampagne bildet dieses historische Umfeld einen spannungsvollen Gegenpol zum zeitgenössischen Design. Das Schloss dient dabei nicht lediglich als Kulisse: Seine Patina, seine monumentalen Dimensionen und seine reiche Ornamentik werden selbst zu einem aktiven Bestandteil der Bildsprache.

– Es ist faszinierend zu sehen, wie die historischen Räume von Schloss Kalmar auf diese Weise mit zeitgenössischem skandinavischem Design in Dialog treten. Das Schloss blickt auf mehr als 800 Jahre Geschichte zurück, und bei den Aufnahmen werden die Räume und ihr ganz eigener Charakter zu einem aktiven Teil der visuellen Erzählung. Dass die Bilder darüber hinaus ein internationales Publikum erreichen werden, macht diese Zusammenarbeit für uns besonders spannend, sagt Meg Nömgård, Leiterin von Schloss Kalmar.

MADE FOR MEMORIES

Im Mittelpunkt der Kampagne stehen die wiederkehrenden Rituale der Weihnachtszeit. Der gedeckte Tisch, die besonderen Stücke, die jedes Jahr wieder aus Schränken und Schubladen hervorgeholt werden, und all die vertrauten Details, die uns von einem Weihnachtsfest zum nächsten begleiten, werden zu Trägern von Erinnerungen – und damit zu einem Teil der ganz persönlichen Geschichte eines Zuhauses.

Auch die Wahl von Kalmar hat für Nordic Nest eine besondere Bedeutung. Das Unternehmen wurde in der Stadt gegründet und hat hier bis heute seinen Hauptsitz. Mit dem Launch der Kampagne wird Schloss Kalmar zur Weihnachtswelt von Nordic Nest auf den internationalen Märkten des Unternehmens.

Der Weihnachtsshop von Nordic Nest ist seit dem 6. Oktober 2026 geöffnet.



Über Nordic Nest
Nordic Nest wurde 2002 gegründet und hat sich zu einer der führenden globalen Adressen für skandinavisches Design und Interior entwickelt. Mit einer Auswahl renommierter Marken bietet Nordic Nest das Beste des skandinavischen Designs in mehr als 70 Ländern an und liefert weltweit. Über seine mehrsprachige Onlineplattform verbindet Nordic Nest skandinavisches Handwerk mit einem globalen Publikum – von Europa über Asien bis nach Nordamerika. Dabei versteht sich Nordic Nest als mehr als ein Händler: Das Unternehmen gibt Marken die Möglichkeit, ihre Arbeit weltweit zu präsentieren. Mit eigenen Events und in enger Zusammenarbeit mit Designerinnen, Designern und Herstellern trägt Nordic Nest dazu bei, skandinavische Ästhetik einem breiteren Publikum näherzubringen.

Pressekontakt
Für weitere Informationen, Pressebilder und Interviewanfragen wenden Sie sich bitte an:
Lisa Wester, Managing Director, Grand Relations, pr@grandrelations.com

Hochauflösende Bilder finden Sie in der Bilddatenbank von Grand Relations

Unsubscribe