

ITALIENISCHES DESIGN EIN AKTUELLER ÜBERBLICK

DEFINIEREN WIR ITALIENISCHES DESIGN

Waren, die in Italien gemacht oder designt wurden, zeigen bei weitem einen viel größeren Querschnitt als das bescheidene Output der verarbeitenden Industriezweige. Italiens Design-Erbe und sein Ruf in Bezug auf Stil und Innovation geben Produkten, welche von italienischem Ursprung sind, einen definitiven Mehrwert.

„Made in Italy“ wird mit qualitativ hochwertigem, individuellem Design verbunden, bei dem Material, Form und Funktion nahtlos ineinander übergehen. Italienisches Design wird von Handwerkstradition, formalen Innovationen und auch einer gewissen humorvollen Respektlosigkeit charakterisiert.



DEFINIEREN WIR ITALIENISCHES DESIGN

Bei italienischem Design ging es schon immer um stilvolle und qualitativ hochwertige Produkte, die ein **Ausdruck von Geschmack und Lifestyle** sind. Zugleich kann sich italienisches Design aber auch nicht von seinem **künstlerischen und historischen Erbe** befreien. Nach Achille Castiglioni sind italienische Designer „**Mediatoren zwischen der Vergangenheit und der Zukunft**“.



TRENDS IM ITALIENISCHEM DESIGN

Heutzutage neigen Designtrends dazu, sich extrem schnell auszubreiten - dank Design-Blogs wie zum Beispiel Deezen, Social Media Plattformen wie Instagram oder Bildkataloge wie Pinterest. Wie auch immer, sobald ein Trend global wird, verliert er auch sehr schnell an Attraktivität und flaut dann auch rasch wieder ab. Aus diesem Grund gibt es eine große und unerwartete Vielfalt in Italien. Weil die Schule und die Methoden in Italien viele und verschieden sind (andererseits als in der Schweiz mit ECAL oder in Niederland mit Academy Eindhoven) ist es auch schwieriger, einen Stil festzulegen.

Andrea Branzi beschreibt die neue Generation von Designern:

"Design scheint mehr weiblich geworden zu sein, unabhängig von Geschlecht des Designers: flüchtig, zart, sensibel. Mit weniger Testosteron, aber mit mehr Intelligenz. Diese neue Generation von Designern erlebt eine Art von Wieder Grundlegung der Welt von unten nach oben, von familiär, von überflüssige, von nutzlos. Sie stehen für eine neue Welt; aber ohne Programme und ohne Proklamationen."

TRENDS IM ITALIENISCHEM DESIGN

Weil Italien schon immer großen Wert auf Qualität und kunsthandwerkliches Können gelegt hat, sind italienische Produkte ökologischer als die meisten anderen: Sie werden sehr oft mit traditionellen Techniken hergestellt, um langfristig Freude zu bereiten. Ökologie an sich aber, hat leider keinen hohen Stellenwert, aber auch das ändert sich. Es gibt immer mehr Aufmerksamkeit für Material und viele Designer die Entwicklung von Projekten mit Ausschuss.

Wie im übrigen Europa, Eigenproduktion wird zunehmend zu einem akzeptablen Weg, einem Projekt am Leben zu rufen. Mehrere Designer haben sogar eigenen Firmen die kleine Serien Object produzieren gegründet. Mann kann es aber nicht wirklich mit den Maker Movement vergleichen weil die Industrielle Produktion ist weiter sehr oft den Ziel.

DESIGNERN und NATIONALITÄT

Obwohl viele Länder selbst über starke Designidentitäten verfügen, identifizieren sich Designer nicht unbedingt mit den Stilrichtungen ihrer Heimatländer. **Patricia Urquiola** ist ein gutes Beispiel dafür, denn obwohl sie Spanierin ist, wurde sie zur ultimativen italienischen Designerin und arbeitet für alle wichtigen italienischen Designfirmen.

Andererseits, ist das italienische Design-Duo **Formafantasma**, obwohl es in den Niederlanden lebt und arbeitet, noch immer sehr stark mit Italien verlinkt, und sein Designerbe und seine Wurzeln sind in den Arbeiten klar erkennbar - auch wenn der Zugang der Designer von Eindhoven geprägt ist.

Ein drittes, abweichendes Beispiel wäre **Dimore Studio**. Britt Moran ist eine Engländer, Emiliano Salci ein Italiener. Sie leben in Mailand, haben aber einen einzigartigen Stil entwickelt, welcher nicht eindeutig italienisch ist.

PATRICIA URQUIOLA



FORMAFANTASMA



DIMORE STUDIO



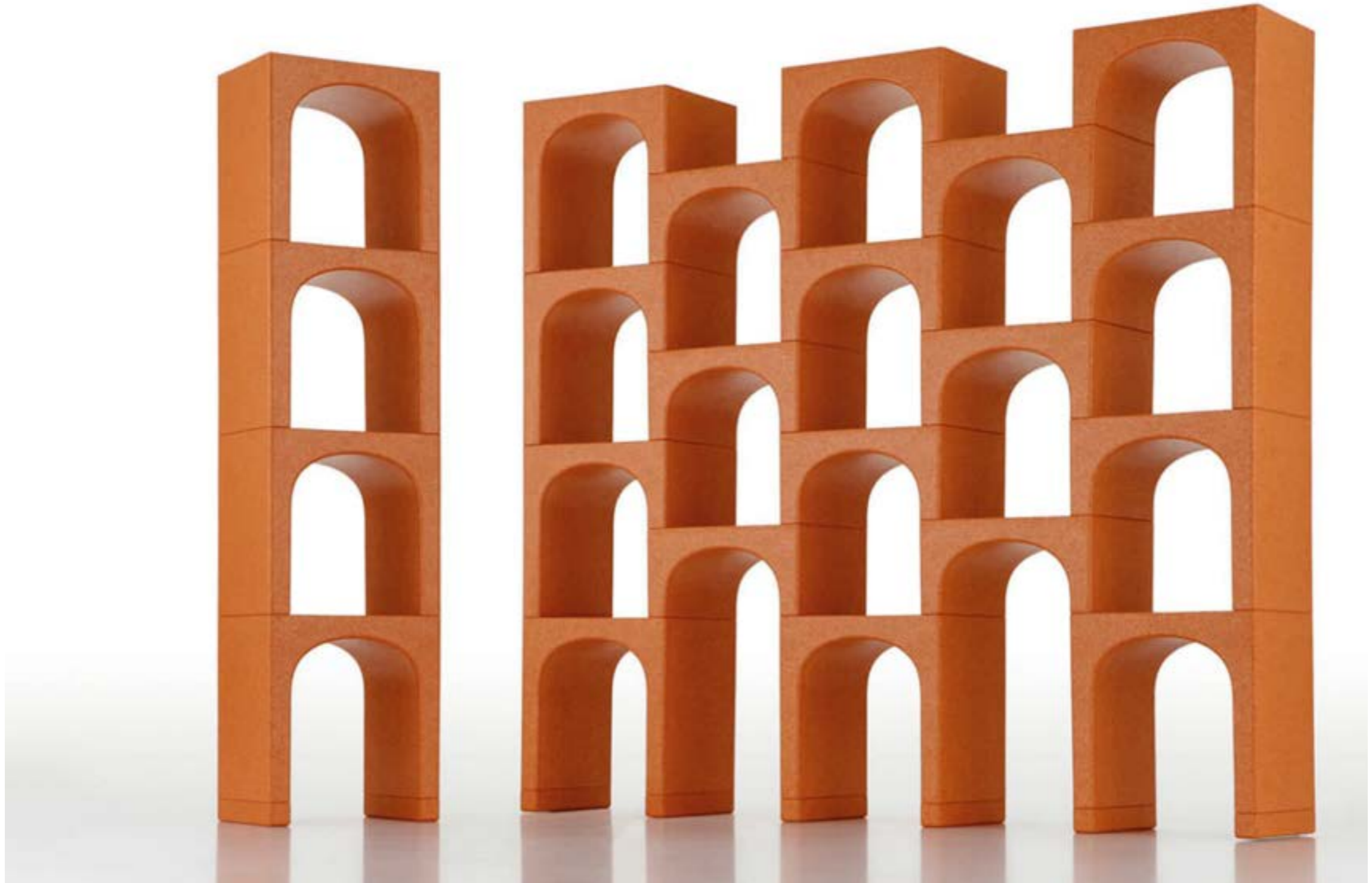
MATTEO CIBIC



DOSSOFIORITO



GIULIO IACCHETTI



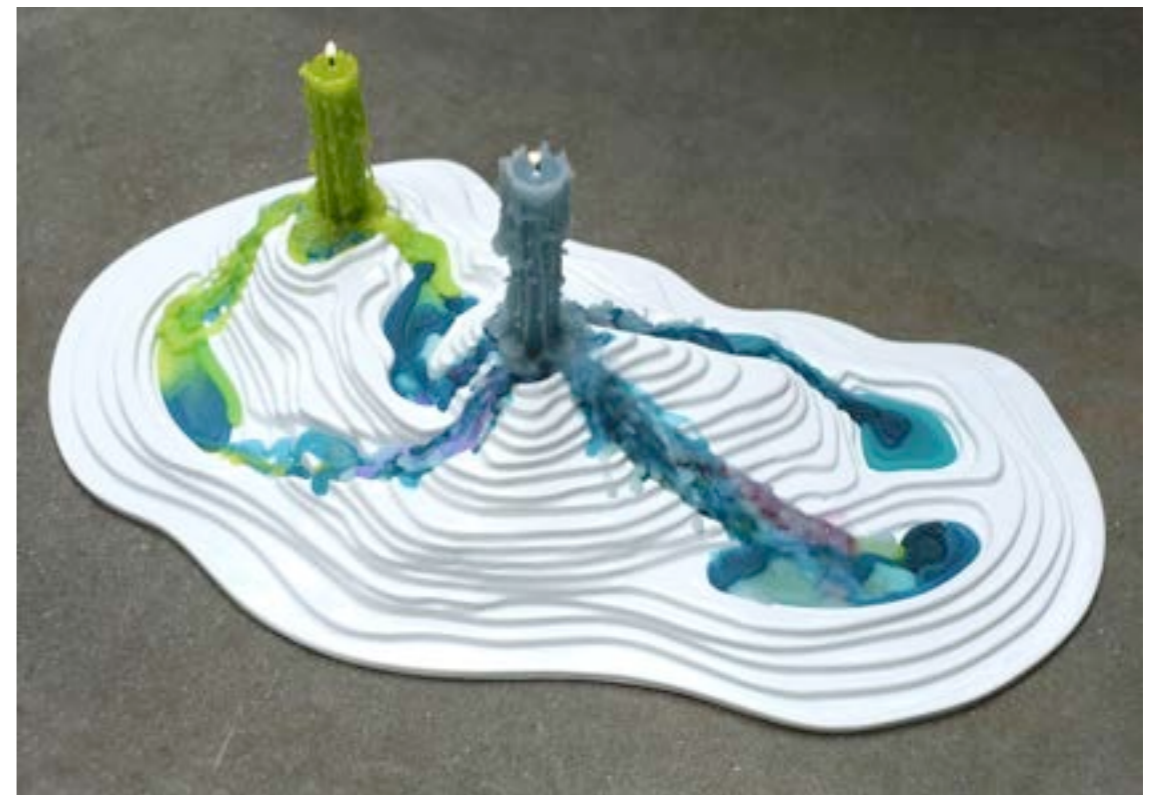
MATTEO RAGNI



PAOLO ULIAN



GIORGIA ZANELLATO



MATTEO ZORZENONI



LA TRIENNALE

La Triennale di Milano, gegründet 1933, war die wichtigste internationale Veranstaltung, die der Architektur, dem Design und Handwerk gewidmet war. Die berühmtesten und innovativsten Künstler der Welt - wie zum Beispiel Giorgio de Chirico, Le Corbusier, Frank Lloyd Wright, Picasso und kürzlich auch Frank Gehry und Renzo Piano - zeigten ihre Arbeiten in dem von Giovanni Muzio entworfenen Palazzo. La Triennale, wie sie ursprünglich konzipiert war, wurde alle drei Jahre veranstaltet, dauerte einige Monate und lud weltweit alle Länder ein, daran teilzunehmen. Nach der Ausstellung im Jahr 1996, veränderte sich die Veranstaltung jedoch gravierend und die Triennale wurde mehr und mehr zu einem Museum für Design, Architektur und die Angewandte Künste, mit einer großen thematischen Ausstellung, welche jährlich vorgestellt wurde. 2016 wird die Wiedergeburt des originalen Triennale Konzeptes gefeiert, mit der 21. internationalen Ausstellung der Triennale, welche den Titel "21st Century. After Design Design" tragen wird.

LA TRIENNALE



LA TRIENNALE



ALTAGAMMA

ALESSI / ARTEMIDE / B&B ITALIA / BISAZZA / BOFFI / DANESE / DRIADE / FLOS / FONTANAARTE
KARTELL / LIVING DIVANI / MOROSO / POLTRONA FRAU / ZANOTTA

Seit 1992 vereint die **Altagamma Foundation** exklusive italienische Firmen, deren Marken auf internationalem Terrain bekannt sind. Ihre Mission ist es, die hochwertigen italienischen Industriezweige und die Kultur, welche sie trägt, zu fördern. Die Mitglieder von Altagamma sind am **Top-Ende** des Marktes tätig, heben sich durch Innovation, Qualität, gutes Service, Designs und Prestige ab und repräsentieren mit ihren Produkten und Geschäftspraktiken die italienische Kultur und Stilbewusstsein.

ALTAGAMMA

In Bezug auf die Schaffung und die Stärkung des High-End Netzwerkes, hat die Altagamma Foundation Folgendes ins Leben gerufen:

- 1) Seit 2002 gibt es den Altagamma International Honorary Council, ein Kooperationssystem mit Geschäftsstellen und Institutionen, welche seine kulturellen und geschäftlichen Werte teilen und dazu beitragen, den italienischen Lifestyle zu fördern und zu bewerben. Zurzeit zählt er 98 Mitglieder aus mehr als 20 Ländern weltweit.
- 2) 2010 wurde ECCIA (European Cultural and Creative Industries Alliance) mit ähnlichen englischen und französischen Organisationen - Walpole und Comité Colbert - gegründet, um den Anspruch der europäischen High-End Industriezweige den internationalen Institutionen anzupreisen.

SALONE DEL MOBILE

Der Salone del Mobile ist die wichtigste und wahrscheinlich weltweit größte Design Messe ihrer Art. Beeindruckend sind die Zahlen dazu: besteht seit 54 Jahren, 1000 italienische Firmen und 300 ausländische stellen aus, 272.000 Besucher als Fachpublikum, 60% davon aus 165 Nationen, 5000 Journalisten die für 800 italienische und 1400 ausländische Medien aus 72 Ländern publizieren, circa 38.000 Besucher an den zwei offen Tagen Samstag und Sonntag.

Und natürlich sind dann noch die hunderten Veranstaltungen in und um Mailand. Die Frage ist sicherlich nicht ob man daran teilnimmt, sondern viel eher wie nehme ich daran teil, vor allem wenn man die fast endlosen Möglichkeiten bedenkt. Aufmerksamkeit zu erregen ist schwierig und einen bleibenden Eindruck zu hinterlassen noch schwieriger, darum empfiehlt es sich einen guten strategischen Plan zu haben, wenn man sich in Mailand präsentieren will.

SALONE DEL MOBILE



OPERAÆ

Die sechste Ausgabe von **Operæ** versammelt Publikum und Experten, welche die Konzentration auf Materialien, als auch auf Prozesse und Handwerkskunst, gemeinsam haben. Die Veranstaltung bietet die Möglichkeit neue Produkte zu entdecken, die entstehenden Phänomene zur Kenntnis zu nehmen, sich mit den Akteuren des Designprozesses in Verbindung zu setzen und einfach stehenzubleiben und über diese Aspekte, welche die Designindustrie aufgreift, nachzudenken.

Die 2015-Edition verfolgt einen anderen Ansatz, welcher sich von den bisherigen unterscheidet, indem diesmal Angela Rui, eine Design-Kritikerin und Editorin, in der Rolle der Kuratorin fungierte. Sie legte das Thema „Here/now“ fest und lud eine ausgewählte Anzahl von Designern ein, zusammen mit Handwerkern zu arbeiten. Das Resultat dieser Zusammenarbeit wurde im Rahmen des Events in einer eigenen Ausstellung gezeigt.

Die andere interessante Veränderung zeigt sich in dem Umstand, dass Operæ dieses Jahr in der ersten Novemberwoche veranstaltet wurde, um zeitgleich mit Artissima Art Fair stattzufinden, eine der wahrscheinlich wichtigsten italienischen Events und der Modernen Kunst gewidmet. Das hat sich natürlich in größeren Besucherzahlen niedergeschlagen und reflektiert einen weltweiten Wandel, in dem Design und Kunst mehr und mehr miteinander verbunden werden (Miami, Basel, Dubai).

OPERA E



CERSAIE und ABITARE IL TEMPO

Cersaie ist die größte Messe für Keramikfliesen und Bäderausstattung in Italien. Sie findet jeden September in Bologna statt und macht die ganze Stadt zu einer Drehscheibe für aktuelle Innovationen, bei der facettenreiche Materialien und Bad-Armaturen vorgestellt werden.

Abitare il Tempo wurde 1986 zum ersten Mal veranstaltet und widmet sich seit fünfundzwanzig Jahren dem klassischen Mobiliar. Die Ausstellung war immer durch die Nähe zur Möbelindustrie ein Meilenstein und ein Anlaufpunkt für interessierte Kunden. Im Laufe der Jahre wurde sie immer weitläufiger und es wurden Produkte des gesamten Haushaltsbereiches inkludiert (Textilien, Accessoires, Geschenkartikeln, Innenausbau). Zugleich wurde sie bekannt für tiefgreifende experimentelle Aktionen, wobei die Organisation von Szenario-Events in die Hände von Designern gelegt wurde, welche traditionellerweise auf solche Themen spezialisiert sind.

ITALIENER UND ÖSTERREICH

Österreich verfügt, wie auch Italien, über einen reichhaltigen historischen Hintergrund. Italienische Konsumenten schätzen Tradition und fühlen sich zu historischen Bezügen und Interpretationen von klassischen Elementen enorm hingezogen. Auf Reisen und im Austausch mit fremden Kulturen, suchen sie bei regionalen Produkten und traditionellen Stilen immer nach den typischen länderspezifischen Charakteristika. Das hat teilweise auch damit zu tun, dass Italiener sich sehr stark mit ihrer Stadt und ihrer Heimatregion identifizieren.

Österreich hat eine starke Anziehung für Italiener durch den regionalen Charakter und die stark verhafteten Traditionen. Produkte die von Tradition inspiriert sind, dessen Ursprung leicht erkennbar ist, und gleichzeitig modern wirken, werden sicher in acht auf die Italienische Markt genommen. Natur, Ökologie und Nachhaltigkeit sind auch Werte, die Italiener mit Österreich verbinden. Italiener würden sich erwarten, diese Werte wieder in Österreichische Produkten zu finden.

ITALIENER UND ÖSTERREICH

Alexandre Echasseriau für Silbermanufaktur
Passionswege Vienna Design Week 2015



ITALIENER UND ÖSTERREICH



Alice Stori Liechtenstein

Thomas Feichtinger

