

Aston Martin (company/brand) i.V.m. Möbel oder
MöbeldesignMittwoch 13.04.2011
Tageszeitung
erscheint: 251Auflage verbreitet: 144.472
Anzeigenäquivalent:Zeitungsgruppe
Gesamtauflage VB: 144.472
Gesamtauflage VK: 136.625Region
Nordrhein-Westfalen
Nielsen 2Verlag
Verlagsgruppe Handelsblatt
GmbH
Kasernenstr. 67
40213 Düsseldorf
Tel.: 0211/887-0
Fax: 0211/887-1770

Interne Pub-Nr.: 104800

Das Designspektakel von Mailand

Wenn das Auto neben dem Sofa steht: Immer öfter präsentieren Konsumgüterhersteller ihre neuen Produkte auch auf Möbelmessen.

Katharina Kort
Mailand

Kaltes, blaues Licht flutet den Raum. Unter roten Lampenschirmen lauschen die Besucher neugierig den melodischen Klängen, die immer wieder von Motorengeräuschen unterbrochen werden. Die Installation „Sestosenso“ (Siebter Sinn) des Londoner Künstlers Paul Cockedge in der Mailänder Innenstadt ist das Ergebnis einer Zusammenarbeit des italienischen Lampenherstellers Flos und des deutschen Autokonzerns BMW.

Anlass ist die Mailänder Möbelmesse Salone del Mobile, eine der wichtigsten Veranstaltungen der Branche, die gestern begonnen hat. Ob die Autobauer Hyundai, BMW und Aston Martin oder der Computerhersteller Asus, der Kofferspezialist Samsonite und der Glücksspielanbieter Sisal: Sie alle haben zwar nichts direkt mit Möbeln zu tun. Aber sie alle sind diese Woche dabei beim sechstägigen Designspektakel.

In diesem Jahr feiert die erfolgreiche Möbelmesse ihr 50-jähriges Bestehen. Längst hat sie sich zu weit

mehr als einem Branchentreff entwickelt. Vor allem das Programm jenseits der Messehallen in Rho bei Mailand, das unter dem Namen Fuorisalone läuft, lockt Menschen aus aller Welt an. Sie schweifen dort zwischen Ausstellungen, Partys und Events umher.

Hyundai stellt sein neues Auto vor

Von dieser internationalen Stimmung wollen auch immer mehr Konsumgüterhersteller profitieren, die mit Tischen und Sofas nichts gemein haben. Der koreanische Autohersteller Hyundai ist der Hauptsponsor des Fuorisalone und des Brera Design District, einer Initiative des Fuorisalone, bei der vor allem junge und unbekanntere Designer ihre Kreationen vorstellen.

Hyundai ist zum ersten Mal bei der Messe dabei. Die Koreaner stellen auf dem Fuorisalone nicht nur den neuen Veloster - ein Auto mit zwei Vordertüren und nur einer Hintertür - vor, der in Italien im Mai auf den Markt kommt. Sie kutschieren auch Journalisten herum und veranstalten eine Party in dem historischen Palazzo Clerici aus dem 18. Jahrhundert, wo ein DJ Musik auflegt, während eine Installation den neuen Veloster zelebriert. „Der Salone del Mobile ist weltweit ein Maßstab für Design“, erklärt der italienische Hyundai-Sprecher Carlo Sabbatini, warum sich sein Unternehmen für das Sponsoring entschieden hat. „Und da wir uns ge-

rade als Marke neu positionieren und für modernes Premiumdesign zu bezahlbaren Preisen stehen wollen, ist das der ideale Ort“, sagt er. Auch das Publikum sei interessant: „Wir erreichen in Mailand eine sehr breite Zielgruppe, die über die Spezialisten des Designs hinausgeht“, sagt Sabbatini.

Möbelmesse ist derzeit sehr populär

Der deutsche Autokonzern BMW wird außer mit der Licht- und Geräuschinstallation mit Flos vor allem mit seiner Marke Mini wieder präsent sein. Die Deutschen präsentieren sowohl in der Universität Statte als auch im Designmuseum Triennale eigene Installationen. Das Unternehmen ist bereits seit zehn Jahren in Mailand dabei. „Für uns ist die Erfahrung bisher außerordentlich positiv gewesen, sowohl aus Mediengesichtspunkten als auch, was das Interesse des Publikums angeht“, sagt die BMW-Sprecherin Maria Conti. Vor allem für das „Designobjekt Mini“ sei das Umfeld ideal.

Die Edellautmarke Aston Martin stellt im Starhotel Rosa Grand unweit des Doms seine neue Einrichtungskollektion vor. Samsonite nutzt die Gelegenheit, um seine neuen ultraleichten Koffer zu präsentieren: „Die Kollektionen von Samsonite werden beim Fuorisalone einem breit gefächerten nationalen und internationalen Publikum vorgestellt, das den Wert von

großem Design wertschätzt und versteht“, erklärt Paola Brunazzi, Vizepräsidentin für Samsonites globales Design und Entwicklung.

Der Direktor des Masters in Marketing und Kommunikation an der Mailänder Bocconi-Universität, Luca Visconti, stellt fest, dass die Möbelfest und der Fuorisalone derzeit extrem populär sind. „Für die Unternehmen ist es daher ä-

ßert interessant, sich in diesem jungen Designumfeld zu präsentieren“, sagt er. Autos hätten schon immer eine starke Designkomponente gehabt. Aber auch bei anderen Produkten zählt immer mehr auch das Design: „Seit Alessi sind auch Küchenutensilien zu Designprodukten geworden“, sagt Visconti.

DIE MÖBELMESSE

Draußen Der Salone del Mobile ist die eigentliche Möbelfest. Auf 230 000 Quadratmetern stellen mehr als 2 500 Möbelunternehmen und weitere 700 junge Designer ihre Kreationen in der Messe in Rho im Westen Mailands vor. Fast 300 000 Menschen besuchen die Messe, die Hälfte davon aus dem Ausland.

Draußen Außerhalb der Möbelfest hat sich unter dem Namen Fuorisalone (italienisch für „außerhalb des Salons“) eine Kultur von Parallelveranstaltungen zum Thema Design entwickelt –zunächst nur rund um das alte Industriegebiet Mailands. Mittlerweile macht sich das Nebenspektakel aber auch in anderen Stadtvierteln breit.



Eine Installation des Autoherstellers BMW mit dem Lampenhersteller Flos im Umfeld der Mailänder Möbelfest.