

Mailand ist der Laufsteg : Möbelmesse

Autor(en): **Ernst, Meret**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design**

Band (Jahr): **19 (2006)**

Heft 6-7

PDF erstellt am: **17.05.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-122915>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Mailand ist der Laufsteg

Text: Meret Ernst

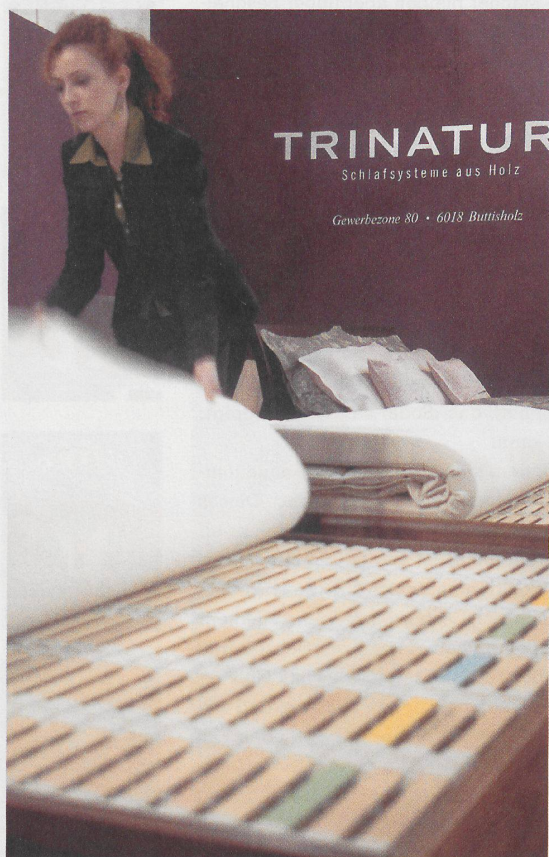
Fotos: Franca Pedrazzetti

Zum ersten Mal fand der Mailänder Salone Internazionale del Mobile auf dem neuen Messegelände Rho-Pero statt. Es liegt am Ende der Metro Linea 1, mitten im industriellen Brachland. Weit weg von der Stadt also, die mit ihrem Off-Messe-Programm den Salone einzigartig macht. Trotzdem hat sich der neue Ort als Messegelände bewährt.

• Marlene Bucher vom Bettenhersteller Trinatura

kommt gleich auf den Punkt: «Die Platzierungen im alten Messegelände Fiera waren eine Katastrophe. Hier dagegen kämpfen alle mit gleich langen Spiessen. Obwohl wir erst zum zweiten Mal an der Messe teilnehmen, wurden unsere Wünsche erfüllt.» Marlene Bucher führt zusammen mit ihrem Mann Reto Bucher die Geschäfte, beide sind Inhaber des Bettenherstellers. Den kleinen Stand von gerade mal 28 Quadratmetern haben sie mit ihren Mitarbeitern entwickelt und auch gleich selber aufgebaut. Er liegt in der Halle 13, weit hinten, dort, wo sich die mehrere hundert Quadratmeter grossen Standflächen zu kleineren Kojen verjüngen und das Ordnungssystem der Standnummern aufbrechen. Am Stand Nummer L15 hinterfasst eine 7 Meter lange Rückwand vier Bettenmodelle. Wenige dekorative Elemente, ein klarer Auftritt. In einer Silberschale liegen Schweizer Schokolädchen bereit.

Wie kommt ein kleines Unternehmen dazu, sich als eine von 627 ausländischen Firmen im Meer der über 2500 Messestände zu profilieren? «Wir haben ein Umsatzwachstum von jährlich 15 Prozent, sind also im Aufbau begriffen. Die Expansion ins umliegende Ausland ist wichtig. Deshalb sind wir in Milano präsent. Daneben stellen wir aber auch in Köln, Lyon, München, Innsbruck, Salzburg aus», erklärt Reto Bucher. Und fügt hinzu, dass sich Milano anbiete, weil hierher mehr gestalterisch als ökologisch interessiertes Publikum finde: «Köln ist Business, Milano der Laufsteg.» Trinatura im luzernischen Buttisholz wurde 1994 gegründet und produziert alles vor Ort. Die Firma bietet ein Schlafsystem an, das die Gratwanderung zwischen ökologischer Sinngebung und gestalterischer Kompetenz geht. Marlene Bucher: «Unser System, das im höheren Preissegment angesiedelt ist, richtet sich an Menschen, die schön, aber auch gut schlafen wollen. Für viele unserer Kunden ist der



1



2

ökologische Anspruch ein Zusatzargument, unser System zu kaufen.» Drei Wochen nach der Messe sind Reto und Marlene Bucher zuversichtlich: «Die Nachverkäufe laufen noch, aber wir wissen jetzt schon, dass wir wieder nach Milano gehen; wir sind aufgefallen. Bei den Italienern und bei den vielen internationalen Händlern.»

Gross und prächtig

Im Wettlauf der grossen Auftritte der italienischen Marken schlägt sich de Sede ehrenvoll. Der Stand ist 330 Quadratmeter gross, auf dem schwarz glänzenden Boden sind fünf grosse Sofagruppen und Einzelmöbel ausgestellt; im Hintergrund bietet eine weisse Galerie auf 60 Quadratmetern den Fachhändlern Gelegenheit zum Rückzug. Brionvega-Fernseheräte auf den Salontischen geben den Touch gelebter Kenner, die Dekors sind sparsam eingesetzt.

Die Architektin und Designerin Antonella Scarpitta, die auch für de Sede entwirft, gestaltete den Stand in Schwarz und Weiss, als wollte sie die Farben der Saison genau treffen. Für de Sede ist Milano Pflicht. Wieder, denn das Unternehmen blieb der Messe die letzten sechs Jahre fern, erklärt Traudel Kaiser, Leiterin Marketing: «In Bezug auf die Produkte machen wir zwischen Köln und Milano keine Unterschiede. Über den Umfang des Handels mit Italien gibt de Sede keine Auskunft, auch nicht über die Kosten, die uns hier entstehen. Unser Ziel ist es, hier Fuss zu fassen, neue Kunden unter den Fachhändlern etwa aus Fernost und Südamerika zu finden. Die wichtigen Exportländer wie Deutschland oder die Beneluxstaaten sind in Köln bereits stark vertreten. Ausserdem ist der Publikumstag wichtig: Damit auch die Endkunden sehen, dass es nicht nur italienisches Möbeldesign gibt.» Und um die geht es letztlich genau so sehr wie um die Fachhändler, so die Erfahrung der gewieften Marketingfrau: Um sie an den Stand

des Schweizer Herstellers zu ziehen, braucht es Selbstbewusstsein und einen grossen Auftritt. «Wir sind zufrieden mit dem Standort im Pavillon 5, der unter der Rubrik «Design» steht; die direkten Nachbarn tragen grosse Namen, unsere Marke kommt hier gut zum Tragen», schliesst Traudel Kaiser das Gespräch ab.

Die Bestellungen geben ihr Recht, erklärt sie zurück im aargauischen Klingnau. Die sechs vorgestellten Neuheiten hätten ihr Publikum gefunden. Vor allem die Exportländer wie Fernost, Südamerika, Russland, Griechenland und die Türkei waren in Mailand stärker vertreten als in Köln und de Sede konnte hier gute Umsätze verzeichnen.

Zusammen stark

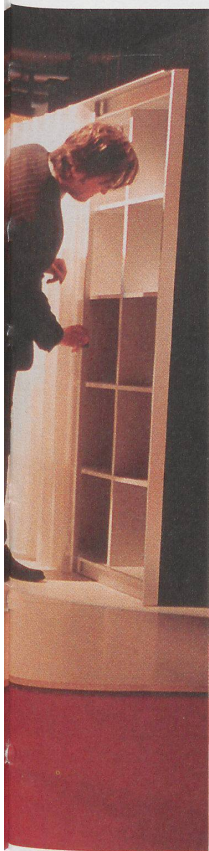
Röthlisberger Kollektion und Thut Möbel – das ist, was vom Forum 8 übrig geblieben ist, scheint es. Als Forum 8 organisiert der Zusammenschluss Schweizer Möbelhersteller seit 1994 gemeinsame Messeauftritte. Röthlisberger und Thut haben dieses Jahr bereits für Köln und nun für Milano einen Gemeinschaftsstand organisiert.

Benjamin Thut hat dem Auftritt die Form gegeben, aufgebaut haben sie gemeinsam, damit es schneller ging. «Während unsere Standnachbarn tagelang mit riesigen Aufbauten kämpften, zogen wir den ganzen Stand in einem Tag auf», erinnert sich Benjamin Thut. Die eine Wand ist mit grünen, die andere mit orange bedruckten, aneinander fixierten Forexplatten behängt, der Boden ist mit einfachen weissen Spanplatten belegt. Die Möbel sind so platziert, dass sie ihrem Hersteller zugeordnet werden können – trotzdem bleibt der Stand offen. Benjamin Thut: «Zwei Firmen, ein Auftritt, das war das Ziel.» Zusammen ausstellen klappt, weil sich die Haltungen der beiden Produzenten ähneln: Sie stellen starke Einzelstücke aus und verzichten darauf, Wohnsituationen zu simulieren. →

1 Trinatura stellt an ihrem Stand die Vorzüge des Bettsystems vor. Müdes Messepublikum kann sich zur Probe hinlegen.

2 Zwei in einem: Thut Möbel und Röthlisberger Kollektion treten gemeinsam auf. Das haben sie auch in Köln erfolgreich gemacht.

3 De Sede bespielt einen riesen Stand. Hier werden nicht nur Sofas gezeigt, sondern gleich ganze Wohnwelten inszeniert.



3

→ Braucht es auch nicht bei Objekten wie dem optisch trickreichen Garderobemöbel Trompe-l'Oï von Atelier Oi, dem Mahagoni-Tisch Folium von Trix und Robert Haussmann oder dem Table-Chest von Tomoko Azumi, einer Kommode, die sich zu einem Beistelltisch aufklappen lässt. «Mehr wollten wir nicht zeigen», erklärt Jürg Scheidegger, Mitglied der Geschäftsleitung von Röthlisberger: «Weitere Neuheiten stellen wir im Herbst an unserer Hausmesse vor.» Thut ist mit alten Bekannten am Stand, dem Werkzeugschrank und dem Korpusssystem – der Tisch, dessen vier Beine sich ausklappen lassen und das erste Projekt, das Kurt und Benjamin Thut gemeinsam erarbeitet haben, fehlt in Milano. «In der Zwischenzeit haben wir den Klappmechanismus verbessert, der Tisch wird demnächst vorgestellt.» Verlangt haben Röthlisberger und Thut 150 bis 200 Quadratmeter, schliesslich erhielten sie 72. Gerne hätte man die Spezialisten in der Halle 8 gesehen, dort wo die Namen der Designerinnen und Designer den Firmennamen die Stirn bieten. Immerhin fällt der Auftritt von Röthlisberger und Thut neben ihren Standnachbarn auf, weil er sich gekonnt dem Zwang zur Inszenierung integraler Wohnwelten, wie es so ungenau heisst, entzieht. Der Wunsch, mehr Objekte zu zeigen, ist eine Kostenfrage, erklärt Benjamin Thut: «Solange die Standgrösse so bleibt, können wir uns Köln und Mailand leisten. Wir verkaufen nur über den persönlichen Kontakt, so funktionieren unsere Möbel.» Pro Quadratmeter veranschlagen die beiden Hersteller je ungefähr 195 Euro, womit sie zusammen über ein Budget von rund 50 000 Franken verfügen. Das Geld ist gut investiert, meint Jürg Scheidegger: «Wir waren von der Besucherzahl positiv überrascht. Alle unsere wichtigen Fachhändler aus der Schweiz und Deutschland haben

uns besucht, auch viele Architekten.» Anders als in Köln seien ihnen die vielen Spanier und die weit zahlreicheren und aktiveren Kontakte aus Übersee aufgefallen. Der gemeinsame Auftritt macht auch Sinn, weil sich die Kollektion Röthlisberger und Thut geschäftlich verbunden haben, erklärt Jürg Scheidegger: «Wir vertreiben Thut im Ausland mit dem gleichen Agenten, in Deutschland betreut ein Mitarbeiter unsere beide Kollektionen.» Jürg Scheidegger wägt Köln und Milano gegeneinander ab – ein Gedankenspiel, das auch andernorts gespielt wird: «Wir stellen seit 18 Jahren wieder einmal in Milano aus. Weil uns auffiel, dass immer weniger Schweizer Fachhändler nach Köln reisen. Wir müssen uns entscheiden, wohin wir ziehen, zwei Messen in dieser Grössenordnung bedeuten für uns zu hohe Kosten.»

Grösser, demokratischer

Rho-Pero ist grösser, überdacht, aber auch demokratischer, weil es übersichtlich ist. Und gut organisiert. Das Gerangel um die besten Plätze ist kleiner als auch schon, dank dem strengen Raster der Hallen und der klaren Struktur des Geländes. Selbst Hersteller wie Vitra, die 2005 mit einem Auftritt in der La Pelota, einer Pelote-Spielhalle in der Innenstadt, auftrumpften, verzichteten auf die Imagewirkung jenes Auftritts zugunsten einer konzentrierten Kundschaft, die sie an der Messe erreichen. Eckart Maise, Leiter Vitra Home Collection: «Wir haben mehr Presse und Händler am Stand. In der Stadt kamen weniger Besucher und gemischteres Publikum. Wir sind zufrieden, die Grösse von 400 Quadratmetern und der Standort in der Halle 12 entsprechen unseren Wünschen. Der neue Messestandort hat die Karten neu gemischt, und das war wichtig.» •

Salone Satellite, Mailand

Am 45. Salone Internazionale del Mobile stellten 2578 Firmen und Aussteller aus, darunter bestritten 600 junge Designerinnen und Designer den Salone Satellite, die Nachwuchsmesse junger Talente. Die Messe verzeichnete über 223 000 Besucherinnen und Besucher, was 16 Prozent über der letzten Messe liegt. Darunter waren knapp ein Viertel mehr Gäste aus Übersee: Diese Zahl bestätigt die eigene Beobachtung, wonach enorm viele Asiaten die Messe besuchten. Am Publikumstag erschienen über 21 000 Besucherinnen und Besucher – trotz oder wegen des Wahltags der italienischen Regierung. Und gross, grösser, noch grösser ist das neue Messegelände, das der italienische Architekt Massimiliano Fuksas geplant hat: 220 463 Quadratmeter. Die Füsse haben es gemerkt.

Architekt: Novaron Eicher Hutter Gepp. Kühlschrank: Bosch.

Mehr über unsere Hausgeräte bei Ihrem Fachhändler.
Oder bei Bosch:
Tel. 0848 888 200
Fax 0848 888 201
ch-info.hausgeraete@bshg.com

