HAWORTH



Interviews mit

Stephen Burks, Nicola Coropulis, Matthew Haworth, Nendo, Peter Schäfer, Hanne Willmann und mehr

HINTER DEN KULISSEN

mit Patricia Urquiola auf der Mailänder Designwoche 2025

TRENDREPORT 2025

Farbe, Materialien, Nostalgie und künstliche Intelligenz

PLUS
Farb-Konversationen mit PANTONE™

MILAN 2025

EINLEITUNG



Milan, die Heimat des Designs

In seinem Buch „The Order of Time“ erforscht der italienische theoretische Physiker Carlo Rovelli die Natur der Zeit. Zunächst trägt er alles zusammen, was wir über den seltsamen Sand, der durch das Stundenglas fällt, und den geheimnisvollen Schatten, der sich um die Sonnenuhr dreht, wissen. Dann dekonstruiert er alles, entfernt Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft und enthüllt, dass unsere Unkenntnis der Zeit vielleicht viel größer ist als unser Wissen.

Schließlich, im Raum jenseits der Gewissheit, tritt Rovelli in das Mysterium ein und präsentiert einen subtilen, aber radikalen Vorschlag: dass die Zeit letztlich die Geschichte unserer menschlichen Erfahrung ist. Wir definieren die Zeit. Die Zeit ist der Behälter unserer Geschichten, unserer Erfahrungen, unserer Hoffnungen und Ängste - der Ereignisse und Momente, die voller Emotionen sind und den Ton des menschlichen Lebens ausmachen.

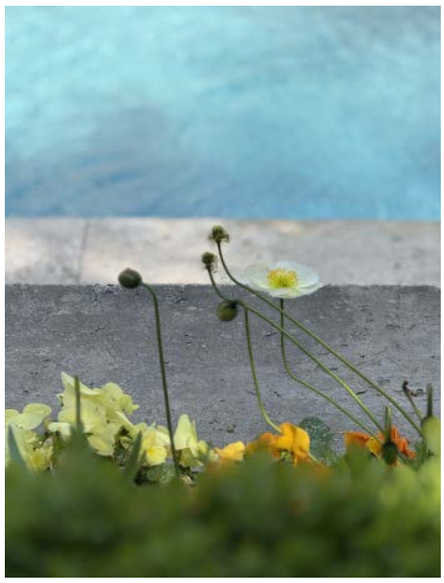
Mailand ist die Wiege des Designs. Keine Woche im Designkalender ist wichtiger als diese wenigen Tage Mitte April. Wir begeistern uns für Design - auch wenn wir alles, was wir darüber wissen, ablegen. Wir jubeln über die Rückkehr bestimmter Farben - auch wenn wir wissen, dass es nicht die Farben sind, die wir feiern, sondern die Erinnerungen, die in ihnen stecken, die uns bewegen. Wir lassen uns von Materialien bewegen - das eine der rohen Erde nahe, das andere ein Wunderwerk der Technik, ein drittes eine Harmonie aus beidem.

Dahinter stecken Fragen. Wir fragen: Was ist Design? Was ist das für ein seltsames Unterfangen, dem wir uns verschrieben haben? Was bedeutet es, etwas bewegen zu wollen? Noch tiefer dringt ein gewisses Bewusstsein vor. Es gibt Fragen, auf die es keine Antworten gibt, die nur einen Zeugen brauchen, der sie stellt.

Wir freuen uns, Ihnen in diesem Bericht zu zeigen, was wir gesehen haben und welche Fragen wir uns gestellt haben. Mögen Sie Antworten finden - oder einfach bessere Fragen. Willkommen zur Mailänder Designwoche 2025.

Titelbild: Giulia Marerti; Bild: Studio Urquiola

INHALT





2/ EINLEITUNG
3/ INHALT

4/ NEUIGKEITEN
Patricia Urquiola erzählt die Geschichte der ALCHEMICA-Ausstellung und Tannese Williams feiert den Start der Zusammenarbeit von Haworth und Pantone

5/ INTERVIEW mit Matthew Haworth
Stolz, Feierlichkeiten, gemeinsame Werte - Matthew Haworth berichtet über seine Erfahrungen in Mailand

7/ IM FOKUS
Ein Blick auf unsere Partnermarken: Cappellini, Cassina, Poltrona Frau und Zanotta

12/ INTERVIEW mit Jane Boddy
Jane Boddy ist Trendforscherin beim Pantone Color Institute und erklärt uns, wie sie Farben sieht

14/ TRENDS Campari Soda
15/ TRENDS Saure Zitrusfrüchte

16/ INTERVIEW mit Stephen Burks und Malika Leiper
Das Duo spricht über Leere, Erinnerungen, Reisen und das Immaterielle - die zu großen Designideen verschmelzen

17/ TRENDS Rustikaler Charme
18/ TRENDS Verwurzelt in der Natur

19/ INTERVIEW mit Hanne Willmann
Hanne Willmann hofft, dass sich die Menschen annähern, statt sich einfach einzureihen, und zielt mit ihren Entwürfen eher auf das Herz als auf die Trendseiten

20/ INTERVIEW mit Nendo
Oki Sato von Nendo hat sich die Zeit genommen, uns seine Gedanken über Materialien, Emotionen und Erinnerung zu schreiben

21/ TRENDS Chill-Faktor
22/ TRENDS Ultraviolett

23/ INTERVIEW mit Larissa Sarjeant
Larissa Sarjeant nimmt die Atmosphäre wahr, spürt die Sehnsucht der Leute nach Vertrautem und erforscht, wie komplex unsere Zeit ist

24/ INTERVIEW mit Peter Schäfer
Der stets nachdenkliche Peter Schäfer ist optimistisch, was die Vorteile von KI-Tools im Design angeht - und scheut sich nicht, schwierige Fragen zu stellen

25/ TRENDS Einfach gemütlich
26/ TRENDS Leuchtend hell

27/ INTERVIEW mit Nicola Coropulis
Die CEO von Poltrona Frau denkt über das Erbe der traditionsreichen Marke nach - und über die reiche Zukunft, die vor uns liegt

28/ TRENDS Designklassiker
29/ TRENDS Stil, der auffällt

30/ INTERVIEW mit Anand Amornrattanavej
Der Vizepräsident von Bangkoks Euro Creations sieht das Leben hinter den Marken - und findet einen gemeinsamen Geist mit Haworth

31/ INTERVIEW mit Brian Kelly
Der neue Leiter der A&D-Abteilung von Haworth in EMEA spricht über die Entwicklung der Marke Haworth

32/ LETZTES WORT





Von links nach rechts: Hier sieht man Patricia Urquiola vor ihrer Installation. Sie heißt „Ouroboros“ und besteht aus einem digitalen erstellten Gewebe. Man kann hier eine Nahaufnahme davon sehen.

Das Jahr der Schlange

Patricia Urquiola hat den Ouroboros - ein klassisches Symbol für Verwandlung und Wiedergeburt - in den lebendigen Farben der Pantone-Palette Dualities neu interpretiert.

Patricia Urquiolas sich ständig weiterentwickelnde Fantasie wird in ALCHEMICA zum Leben erweckt. Die für Elle Decor Italia kuratierte Ausstellung interpretierte spielerisch die Traditionen und Symbole der Alchemie neu.

So wie sie Tradition, Philosophie und Metaphern mit fließender Leichtigkeit miteinander verbindet, mischt Patricia Sprachen wie ein Maler Farben. „Ich denke, die *Alchimie* ist etwas Interessantes als *Metáfora*“, sagte Patricia. „Die Alchemisten waren immer ein wenig in Verwandlungsphantasien versunken. Aber das Interessanteste war die Idee, zu versuchen, die Dinge zu verbessern. Diese Spannung war das Interessanteste an der *Alchimie*“.

Die Besucher durchwanderten Räume, die in Licht und Dunkelheit getaucht waren, kamen an einer riesigen Darstellung des Steins der Weisen vorbei, gingen durch eine Kammer, in der die Natur mit organischen, von Menschenhand geformten Produkten in Einklang gebracht wurde, und standen schließlich vor dem Protagonisten der ALCHEMICA: dem Uroboro. „Diese Schlange, die sich häutet, ist genau der richtige Weg, um die Geschichte dieser Ausstellung zu erzählen“, sagte Patricia. „Sie ist das Symbol der Verwandlung, und das ist etwas, das wir immer in uns selbst verstehen müssen.“

Das Gefühl der Metamorphose zog sich durch die gesamte Ausstellung. „Ich denke, der Uroboro steht heute dafür, wie wichtig es ist, dass wir verstehen, dass wir unsere Haut ständig verändern müssen“, sagte Patricia, „mit einer gewissen Strenge, aber gleichzeitig muss es etwas Dankbares, Offenes, Buntes sein, mit einer gewissen Energie.“

Der Ouroboros war in lichterfüllte New-Age-Pastellfarben aus der Pantone-Reihe Dualities gekleidet. „Das ist unsere Haut, mit der wir angefangen haben - dieses Rosa, dieses Grün, dieses Lila, das helle Grün“, sagte Patricia. „Und die Pantone-Palette, würde ich sagen, war sehr *fantástico*“. Der Stoff war das gleiche nachhaltige recycelte Polyester wie bei dem Haworth Cardigan Lounge Stuhl.

Die Ausstellung, die durch den Uroboro gekrönt wurde, untersuchte den Menschen in seinem riesigen, komplexen Kontext. „Wir sind die Natur“, sagte Patricia. „Und der ständige Wandel ist vielleicht unsere Berufung.“

„Was ist der Weg, sich zu bewegen?“ fragt Patricia, bevor sie mit einem Lächeln antwortet: „Indem man sich selbst verwandelt. Sich weiterentwickeln. Ein bisschen mehr Ouroboros sein.“

Bilder: Giulia Marelli









Von links nach rechts: Tannese Williams bei der ALCHEMICA-Ausstellung; Cardigan-Stühle in Pantone Dualities-Farben

Die eigene Farbstimme finden

„Wenn das Licht auf diese wunderschönen Strukturen fällt, sieht man an den Wänden diese zarten Rosa- und Gelbtöne und sanfte Melonen...“

In einem Raum voller glitzernder Spiegel und schillernder Reflexionen leuchtete Tannese Williams am hellsten. Tannese leitet bei Pantone die Abteilung Fashion, Home, Interiors. „Ich habe das große Vergnügen, neue Produkte zu entwickeln, mit Designern zusammenzuarbeiten und ihnen dabei zu helfen, ihre eigene Geschichte zu erzählen“, sagt Tannese. „Es gibt so viele Emotionen, die mit Farben einhergehen“, sagte sie. „Es gibt Licht, es gibt Bewegung, es gibt Gefühle. “

Der Uroboro markiert den Beginn der Zusammenarbeit zwischen Pantone, Patricia Urquiola und Haworth. „Bei Ouroboros geht es um kontinuierliches Werden, und das gilt auch für Dualities“, sagte Tannese. „Die Partnerschaft ist seit fast einem Jahr in Arbeit.„ Auf der Neocon Messe verliebte sich Tannese in Patricias Haworth Cardigan Lounge; sie sah sofort die Überschneidung zwischen Patricias Design und Dualities. Tannese wusste es damals nicht, aber Patricia verliebte sich zur gleichen Zeit in Dualities.

„Die Serie strotzt nur so vor Emotionen. Für Pastellfarben ist sie wirklich zart und weich und versöhnlich“, sagt Tannese. „Und ich glaube, das brauchen wir, wir müssen uns darauf einlassen - uns selbst verzeihen und lernen, das Leben zu genießen.“ Tannese beschreibt die Schatten als „unapologetisch tiefgründig“, was für sie bedeutet: „Man kann in so viele Schichten eintauchen - es ist eine Schichtung von tiefen Gefühlen. Es ist okay, dort zu sitzen und geerdet zu sein. Es ist eine menschliche Geschichte.“

Als sie sich mit Patricia vom Uroboro über Farbe unterhielt, brachte Tannese ein faszinierendes Konzept zur Sprache. „Es ist fast wie: Was ist deine Farbstimme?“ fragte Tannese. „Man kann eine Farbstimme haben, wenn man morgens aufwacht und das Gefühl hat: Ich will es mit der Welt aufnehmen und ich will einfach nur fröhlich sein. Und dann gibt es Tage, an denen du wie ein Schatten bist - aber es ist immer noch deine Stimme. Wir können es kaum erwarten, den Menschen dabei zu helfen, gemeinsam ihre Farbstimme zu finden. Haworth weiß, wie man Funktion und Fantasie richtig gut umsetzt“, sagt Tannese. „Es war eine einfache Zusammenarbeit mit Haworth, die sicher weitergehen wird, weil wir für dieselben Dinge stehen.“

Bilder: Giulia Marelli

INTERVIEW



Eine Zukunft der unbegrenzten Möglichkeiten

„Jedes Mal, wenn ich nach Mailand komme, habe ich so gute Erfahrungen gemacht, dass ich mich noch ein bisschen mehr in die Stadt verliebt habe."

Im atemberaubenden Innenhof von Poltrona Frau trafen wir Matthew Haworth, Vorsitzender von Haworth und Enkel des Firmengründers.

Die Marken der Haworth-Gruppe – darunter Poltrona Frau, Cassina, Cappellini, Zanotta und viele mehr – präsentierten sich in diesem Jahr an über zwanzig Standorten. Mailand wirkte wie ein riesiger Garten – und jede Haworth-Blume stand in voller Blüte.

„Jedes Mal, wenn ich nach Mailand komme, habe ich so gute Erfahrungen gemacht, dass ich mich jedes Mal ein bisschen mehr in diese Stadt verliebe", sagte Matthew. „Ich schätze das Angebot Mailands und die Zusammenkunft der kreativen, innovativen Designbranche aus aller Welt, die sich hier austauscht und gemeinsam feiert."

Die Marken der Haworth Gruppe haben zwar ihre eigene reiche Geschichte und ihren eigenen Charakter, sind aber alle vom gleichen Geist geprägt. „Wir teilen gemeinsame Werte", sagte Matthew, „aber unsere Form, unsere Sprache und unser Ausdruck sind einzigartig. Und ich denke, das ist wirklich gut für unsere Kunden, unsere Händler und unsere Partner."

Wir haben Matthew gefragt, wie er es findet, dass alle Marken in Mailand ihre schönsten Produkte präsentieren. „Zunächst einmal", sagte er, „bin ich einfach sehr stolz auf die Gruppe, die wir in den letzten zehn Jahren aufgebaut haben – auf all die schönen Momente, in denen wir führend waren, uns neu erfunden haben, auf dem Erreichten aufgebaut haben und weiter vorangekommen sind. Ich bin sehr stolz auf diese Beständigkeit und auf alle Mitglieder, die dazu beitragen."

„Mir ist wichtig, dass Menschen dies möglich machen", sagte Matthew. "Wir haben Hunderte und Tausende von Mitgliedern, die diese Veranstaltung und den Erfolg all unserer Marken und Geschäfte ausmachen. Deshalb bin ich sehr stolz auf unsere Mitglieder. Ich bin stolz auf unser Unternehmen."

Wir fragten Matthew, was er für Haworth und die Haworth Gruppe in der Zukunft sieht. „Ich denke, die Zukunft bietet nahezu unbegrenzte Möglichkeiten", sagte er. „Erstens haben wir eine großartige Grundlage in unseren Werten, und das ist der Rahmen und die Basis, auf der alles aufbauen oder aufhängen kann. Und dann haben wir Brücken zu so vielen Orten, die wir erreichen können, einzigartig für jede andere Gruppe auf der Welt."

IM FOKUS



Großartige Räume ermöglichen es den Menschen, sich zu entfalten und ihr Bestes zu geben. Als führender globaler Möbelhersteller arbeitet Haworth mit Kunden, Händlern und Meinungsbildnern zusammen, um Räume zu schaffen, die zu effektiven Mitarbeitern und effizienten Immobilien führen. Haworth ist die Gründungsmarke der Haworth Gruppe und verfügt über langjährige Erfahrung im Bereich Arbeitsplatzgestaltung. Die Haworth Gruppe entwirft an der Schnittstelle zwischen Mensch und Umgebung, um begehrenswerte Räume und außergewöhnliche Erlebnisse zu schaffen. Inmitten der wahren Fülle an Schätzen in Mailand glänzten die Marken der Haworth Gruppe. Traditionsreiche Marken wie Poltrona Frau, Cappellini, Cassina und Zanotta präsentierten sich in spektakulären Ausstellungen, die in den folgenden Seiten mit Markenmerkmalen hervorgehoben werden.

Cappellini

„International Interiors“, kuratiert von Panter&Tourron unter der künstlerischen Leitung von Giulio Cappellini, versuchte, zwei Fragen zu beantworten: Was ist zeitgenössisches Innendesign und wie interpretiert Cappellini seine Marke für die Moderne neu?

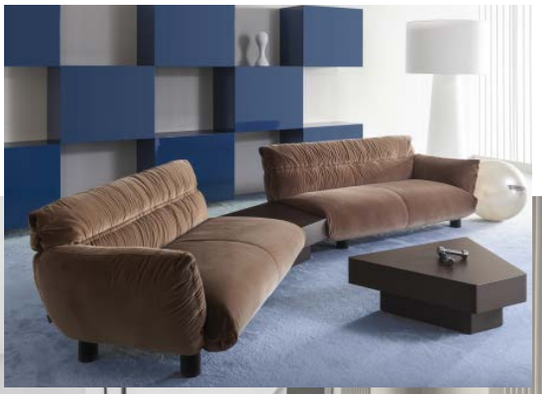
Die Ausstellung „International Interiors“ fand im Cappellini-Showroom in der Via Borgogna statt und versetzte uns in eine Reihe vertrauter Umgebungen, die den Alltag erforschten. Die Möbel waren nicht nur passive, funktionale Objekte, sondern wurden zu Geschichtenerzählern und Begleitern – denn wer kennt unsere täglichen Geschichten besser als die Gegenstände um uns herum?

Die Installation untersuchte die warme Stille, die wahre Intimität kennzeichnet, und feierte jene spontanen, unerwarteten Momente, die zu wertvollen Erinnerungen werden.

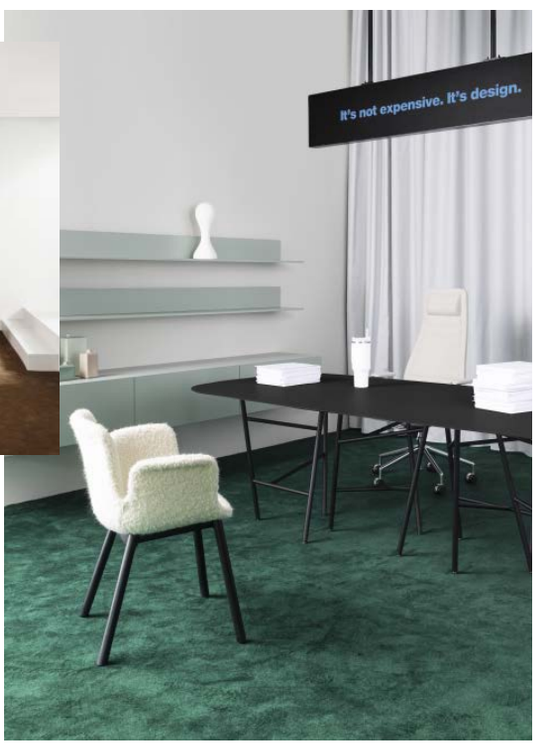
Nur wenige Marken können die Schönheit des Lebens im Laufe der Zeit so tiefgründig erforschen wie Cappellini. Die Installation war in vielerlei Hinsicht ein Dialog zwischen den historischen Ikonen von Cappellini – Giulio Cappellinis „Longsellern“ – und den neuesten Designs der Marke, die sich wie eh und je durch einen Sinn für Innovation auszeichnen. Dieses Zusammenspiel von Vergangenheit und Gegenwart war ein weiterer Ausdruck des Gefühls der Nostalgie, mit dem sich so viele Marken auseinandersetzen.

Vergangenheit und Gegenwart, Abstraktes und Konkretes, Anwesenheit und Abwesenheit – „International Interiors“ schuf eine Atmosphäre subtiler Kontraste, die irgendwo zwischen Fiktion und Realität schwebten. Indem Cappellini einen Raum für einen ruhigen, kontemplativen Blick auf die Möbel eröffnete, die uns begleitet haben, ließ er diese Möbel zu bedeutungsvollen Nebenfiguren werden.

Und das ist die sanfte, subtile Antwort auf die Fragen, die Cappellini gestellt hat: Bei zeitgenössischem Innendesign geht es um menschliche Geschichten, und Cappellini wird immer mit einer Reihe von Charakteren zur Stelle sein, die bereit sind, sich unseren Reisen anzuschließen.







Von oben Lud'o System Couchtisch by Patricia Urquiola; Ausstellung im Showroom in der Via Borgona; Felt Stuhl von Marc Newson; Juli Soft Plus Stuhl von Werner Aisslinger

Bilder: Cappellini







Von links nach rechts: Neue Leuchtenkollektion im Cassina-Showroom; Treflo-Tisch von Ronan Bouroullec; Ausstellung „Staging Modernity", präsentiert vom italienischen Designduo Formafantasma im Teatro Lirico Giorgio Gaber

Cassina

Vor 60 Jahren nahm Cassina die Kollektion von Le Corbusier, Pierre Jeanneret und Charlotte Perriand in sein Sortiment auf. Cassina stellte die Arbeiten des Trios erstmals 1929 vor und brachte sie von der kleinen, handwerklichen Produktion zur industriellen Fertigung, wodurch sie zu den allgegenwärtigen Stücken wurden, die wir heute kennen.

Die ersten vier Stücke aus der Originalkollektion – der 1 Fauteuil dossier basculant, ein kleiner Sessel, die 2 Fauteuil Grand Confort, petit modèle und 3 Fauteuil Grand Confort, grand modèle Sessel und die 4 Chaise longue à réglage continu – werden in drei neuen Farbvarianten neu aufgelegt. Während viele von uns diese Stücke in schwarzem Leder und silbernem Chrom vorstellen, war die Farbe für das Design-Trio von großer Bedeutung. Glänzende rote, blaue und grüne Rahmen, zusammen mit Ton-in-Ton-Mohair-Samt auf den Sesseln und Sattelleder auf der Chaiselongue, bringen diese limitierten Versionen in die Welt des heutigen Zuhauses.

Zu Ehren eines solch bahnbrechenden Ereignisses stellte Cassinas Staging Modernity eine ehrgeizige Frage: Was ist modernes Design?

Unter Berücksichtigung des revolutionären Geistes des ursprünglichen Projekts erweiterte Staging Modernity die Vision der Kollektion noch weiter. Cassina war schon immer eine Quelle technischer Kompetenz, und nun wurden kreisförmige Materialien in das Sortiment aufgenommen. Auch der Kontext der Moderne wird erweitert und geht über den Menschen hinaus und umfasst die gesamte Natur.

Cassinas visionärer Ansatz beschränkte sich nicht nur auf das Teatro Lirico Giorgio Gaber. Der Showroom in der Via Durini präsentierte „The Cassina Perspective", eine eklektische Produktpalette, die sich nahtlos über die Jahrzehnte erstreckt. Ein Spektrum von Stilen rückte Cassinas beständige Innovation und feine Handwerkskunst in den Mittelpunkt und verkörperte die tiefgreifende Design-DNA des Unternehmens.

Bilder oben und unten: Cassina

Poltrona Frau

Poltrona Frau hat die traditionellen vier Jahreszeiten mit der Ausstellung „The Five Seasons“ kreativ neu interpretiert. „The Five Seasons“ erforschte die Kraft der Vorstellungskraft, um akzeptierte Grenzen zu überschreiten und sich über das Bekannte und Konventionelle hinauszuwagen.

BDie Ausstellung hat sich mit den klassischen Vorstellungen der einzelnen Jahreszeiten beschäftigt und die Besucher dazu eingeladen, diese mal hinter sich zu lassen. So ist ein Raum entstanden, in dem man über das Wesen der Jahreszeiten nachdenken kann.

Der Frühling erweckt unsere Räume zum Leben und lässt Licht und Natur hereinstrahlen. Der Sommer erinnert an Umgebungen, die sich nach außen hin ausdehnen, wobei Terrassen und Gärten zu integralen Bestandteilen des Hauses werden. Der Herbst ist die perfekte Jahreszeit, um sich in den eigenen vier Wänden zu wohlfühlen. Mit den richtigen Farben und Materialien wie Leder, Holz und weichen Stoffen wird es so richtig gemütlich. Der Winter ist die Zeit, in der wir uns nach Wärme und Behaglichkeit sehnen. Wir verbringen dann viel Zeit in unseren gemütlichen Innenräumen, die wir mit edlen Möbeln, einer sanften Beleuchtung und neutralen Farbpaletten zu echten Zufluchtsorten verwandeln.

Durch diesen Prozess des radikalen Wiedereintritts in das Konventionelle wurde eine fünfte Jahreszeit eröffnet: das transzendente Reich der Fantasie. Für eine Marke mit einem so reichen Erbe wie Poltrona Frau ist die beste Art, die Vergangenheit zu respektieren und zu ehren, die Zukunft immer wieder neu zu erfinden. „The Fifth Season“ ist ein Bekenntnis zu Innovation, Träumen und der Jagd nach großen Ideen.

SZu den besonderen Produktfeiern gehört eine limitierte Neuauflage des Dezza-Sessels des Mailänder Architekten Gio Ponti in einem Original-Druck von Ponti, der zum 60-jährigen Jubiläum von Dezza erscheint. Außerdem gibt es eine "Ultime notizie" ("Breaking news"), eine Sonderversion des Sessels von Renzo Frau aus dem Jahr 1919. Der ist mit einer Illustration von Fornasetti verkleidet. Die Schmetterlinge sind mit Zeitungsausschnitten auf weißem Hintergrund zu sehen. Und dann gibt es noch das Leica Fidelio Multimedia Cabinet von Roberto Lazzeroni. Das ist ein echtes Meisterwerk. Es nutzt die Handwerkskunst von Poltrona Frau, um das perfekte Heimkino zu schaffen.

„Umgebungen, Einrichtungen und Erlebnisse für alle Jahreszeiten – und Ihre.“









Von oben: Mesa ellipse Esstisch und Lepli Stuhl und Sessel von Kensaku Oshiro; Leica Cine 1 Smart Laser TV; Lederfarbpalette; Foliage Lampe von Six N. Five

Bild oben: Poltrona Frau



Zanotta

Auf der Mailänder Designwoche 2025 stellte Zanotta neue Kooperationen vor und belebte zeitlose Ikonen aus seiner historischen Kollektion neu. Farbe war ein wichtiger Protagonist in dem Raum, der mit einem zitrusgrünen Teppich und neuen sauren Limettenpolstern für pikante Versionen seiner verspielten Ikone Sacco ausgestattet war.

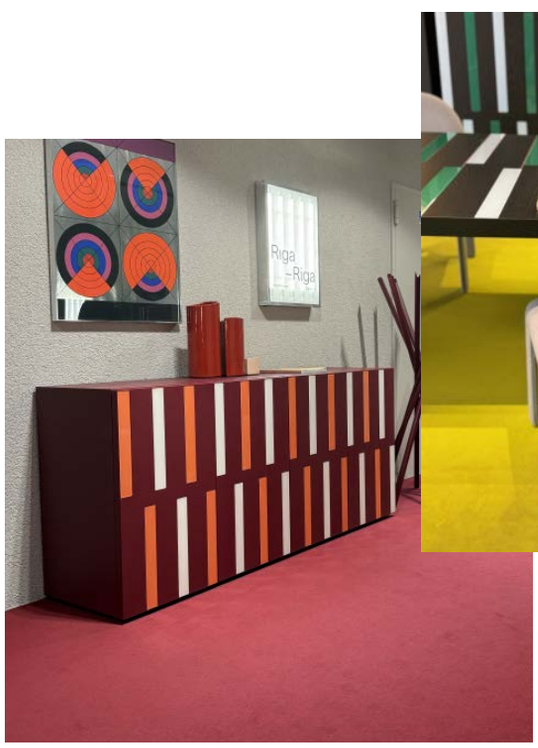
Zanotta hat sich schon immer von radikalen Designideen inspirieren lassen. Dieser radikale Geist zeigte sich sowohl in klassischen Ikonen als auch in aufregenden neuen Entwürfen – und der vollständig renovierte Flagship-Store in der Via Durini präsentierte die Fülle neuer Designtalente, die die Marke in ihren Reihen aufgenommen hat.

Das vom venezianischen Duo Zaven entworfene Za:Za Max ist ein weiches, einladendes Sofa mit sanften, abgerundeten Linien und üppiger, gemütlicher Polsterung. Za:Za Max verkörpert den Trend zu Komfort und Geborgenheit.

Zanotta hat eine unheimliche Fähigkeit, Trends vorherzusehen; neben dem zitrusartigen Limettengrün im Obergeschoss entdeckten wir auch Ausdrucksformen eines satten Amaranth-Rots, das wir dieses Jahr in ganz Mailand sowohl in den neuen V-Bol-Vasen von Zaven als auch in der erweiterten Z24-Kollektion von Muller Van Severen sahen. Und Z24 verwendete rhythmische Muster, um ein faszinierendes Spiel zwischen Licht und Schatten zu erzeugen – eine weitere Manifestation eines Themas, dem wir häufig begegneten.

Neben neuen Produkten wurden auch klassische Ikonen mit Neuauflagen gefeiert. Der Marcuso-Tisch, der 1969 von Marco Zanuso entworfen wurde, war ein Wunderwerk der Ingenieurskunst: Er war der erste Tisch, bei dem Metall mit Kristall verbunden wurde. Und der zitrusfarbene Sacco, der als erster Sitzsack der Welt bei Gamern weltweit beliebt ist, stand im Rampenlicht.

Zanottas Ingenieurskunst und verspielter Designgeist haben die Marke seit 1954 lebendig gehalten. Zanotta hat das italienische Design mit seinem Pioniergeist und seinen radikalen Ideen geprägt – und das wird sich so schnell nicht ändern.





Von oben: Sacco-Sitzsack; Riga-Riga-Tisch und Nellee-Stuhl; Riga-Riga-Schrank

INTERVIEW









Im Uhrzeigersinn von links: Jane auf der ALCHEMICA-Ausstellung; digitale Strickgarne; Haworth Cardigan-Loungesessel in Pantone Dualities Farbe; Nahaufnahme des digitalen Stoffes

Farbe, die unsere Zeit definiert

„In den letzten sechs Jahren habe ich als Mitglied des Pantone Color Institute mit Pantone zusammengearbeitet – ein Traum! Pantone ist so ziemlich das Unternehmen, an das jeder denkt, wenn es um Farbe geht."

Mit einem Expertenauge für Farben wie Jane Boddy vom Pantone Color Institute war ein sonniger Nachmittag an einem glitzernden Pool, der von Blumen umgeben ist, ein passender Rahmen. Wir wollten Jane unbedingt etwas über die Pantone-Reihe „Dualities" fragen, die Patricia Urquiola als Polsterung für das Herzstück ihrer ALCHEMICA-Ausstellung ausgewählt hat.

„Wenn wir uns bei Pantone mit Farben beschäftigen, schauen wir uns die Details der Farbe genau an, um die subtilen Nuancen innerhalb der Farben zu erkennen", sagte Jane, „und genau darum geht es bei Dualities." Mit sowohl lichtdurchfluteten New-Age-Pastelltönen als auch schattigen neutralen Farben findet Dualities Harmonie im Kontrast – und Jane sieht in Mailand einen ähnlichen Geist.

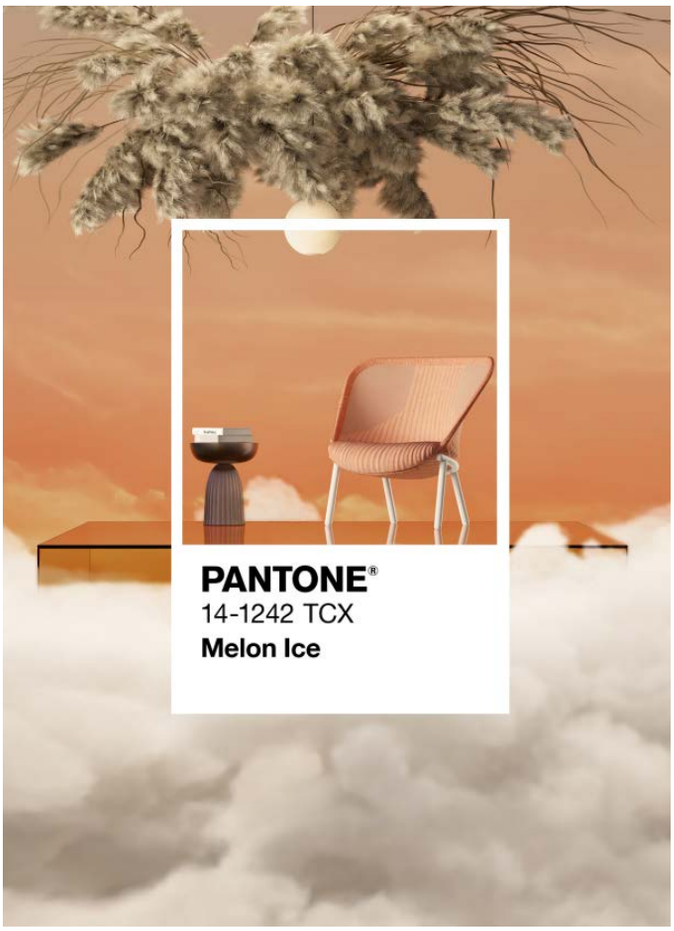
„Es gibt tatsächlich eine gewisse Parallele zwischen Dualities und Mailand", meinte Jane. „Schauen Sie sich Mailand an. Es ist ein Ort mit einer starken traditionellen Kultur. Wenn wir an Mailand denken, denken wir auch an rasante Innovation. Die Mailänder Designmesse ist schließlich die modernste Möbelmesse. Sie liegt also fast zwischen den beiden."

„Und wenn ich an Dualities denke, sehe ich fast die gleiche Parallele", sagte Jane. „Ich denke an gute, solide Pastelltöne, gute, solide Grautöne, Farben, mit denen man wirklich die Basis einer guten Palette legen kann. Aber es gibt auch einige dieser wirklich dynamischen Farben – ich liebe besonders die sauren Töne, die darin enthalten sind, wie die wirklich sauren Grüntöne, sehr sportlich und frisch. Und sie liegen im Moment wirklich im Trend." (Janes Erwartungen waren genau richtig; sie sagte dies an unserem ersten Tag in der Stadt, und in den folgenden Tagen stießen wir häufig auf zitrusartige Grüntöne.)

Dualities-Farben wurden für Patricias Uroboro und die Sonderedition des Haworth Cardigan Lounge verwendet – und diese waren ideale Leinwände für Dualities. „Ich denke, bei der Dualities-Reihe geht es darum, mit Farbe auf eine wirklich praktische Art und Weise zu arbeiten", sagte Jane. „Wenn man sich die Farben selbst ansieht – man betrachtet

Porträt: Giulia Marretti; Digitale Stoffe: Lewis Rhodes

INTERVIEW









Im Uhrzeigersinn von links Haworth Cardigan Lounge Stuhl in Melon Ice; passend zu den Pantone Duality-Farbmustern; Haworth Cardigan Lounge in Pantone Duality-Farbe; digitale Strickmuster

die Farben, die in der Kollektion für die Stühle enthalten sind. Jede Farbe für sich ist sehr stark. Sie setzt für sich allein ein Statement. Aber wenn diese Farben miteinander kombiniert werden, ist der Effekt ein ganz anderer; sie wirkt plötzlich viel natürlicher in dieser Schlangenform. Wie wir hier sehen, haben wir leuchtende Farben. Wenn diese Farben einzeln verwendet würden, wären sie sehr stark und kräftig. Aber wenn man sie kombiniert, wird der Effekt abgeschwächt."

Die faszinierenden Dualities-Pastelltöne fangen die Dynamik ein, die unseren Moment so lebendig macht und nach der wir schon so lange gesucht haben! „Die New-Age-Pastelltöne sind eine unglaubliche Farbpalette, die unsere Zeit auf den Punkt bringt", rief Jane begeistert. „Wir befinden uns jetzt in einer aufregenden Ära, in der es um wirklich dynamische Pastellstufen geht. Und in der Dualities-Kollektion erwartet Sie eine echte Mischung ... Pastelltöne sind der absolute Wahnsinn! Manche haben einen wunderbar weichen, rauchigen Aspekt, andere sind so lebendig – einfach fantastisch! In manchen Fällen könnte man sogar sagen, dass diese Pastelltöne fast wie Neon aussehen – aber sie sind kein Neon, sondern einfach ein wirklich ausdrucksstarker, lebendiger Pastellton."

Die Schattenseite von Dualities zeichnet sich durch eine materielle Sachlichkeit aus. „Das wirklich Wichtige an der Schattenkollektion ist, dass ich zum ersten Mal tatsächlich mit Schwarz, Grau, Weiß und weichen neutralen Tönen arbeiten konnte, die tatsächlich widerspiegeln, wie Menschen mit diesen Farben arbeiten", sagte Jane. „Wenn man an einen Schwarzton denkt, geht es nicht nur um hartes, festes, stark gesättigtes Schwarz – es gibt tatsächlich Schwarztöne, die mehr Lila, mehr Grün, mehr Rosa enthalten. Dasselbe gilt für Grautöne. Mit Grau zu arbeiten ist traditionell eigentlich ziemlich schwierig, weil es wirklich sehr unterschiedlich aussehen kann – es kann entweder sehr rosa und weich sein oder ziemlich betonartig, mit viel Blau darin. Und dann vor allem auch bei Weißtönen – bei Weißtönen gibt es heutzutage Kombinationen aus ultraoptischem Weiß, sehr hart und aggressiv. Aber wenn man sich die ganze Palette bis hin zu eher organischen, weicheren Off-White-Tönen ansieht, dann finde ich die Farbpalette wirklich clever, weil sie die Materialien von heute widerspiegelt. Wenn wir mit ungebleichter Bio-Baumwolle arbeiten, werden diese Materialien natürlich nicht gebleicht. Daher braucht man ein weicheres, weniger optisches Weiß. Und diese Farben finden Sie in der Palette."

Wir fragten Jane nach Pantones Farbe des Jahres 2025, Mocha Mousse. „[Es ist] ein wirklich gutes Beispiel dafür, dass man bei einer Farbe über die Erwartungen hinausschauen kann", sagte Jane. „Man sieht also ein Braun, aber wenn man sich das Braun selbst ansieht, ist es sehr weich. Es hat eine echte samtige Weichheit. Es enthält auch viel Rosa. Es ist eine Farbe, die sich je nach Lichteinfall verändert – und die Dualities-Reihe hat einen sehr ähnlichen Ansatz."

Digitale Stoffe: Lewis Rhodes



Im Uhrzeigersinn von oben links: Begehbarer Kleiderschrank von Cassina; Regaleinheit von Karakter x Cassina; Sideboard von Zanotta; Installation von Patricia Urquiola; Behälter von Kartell; Putdoor-Sofa von Cappellini; Wandverkleidung in der ALCHEMICA-Ausstellung



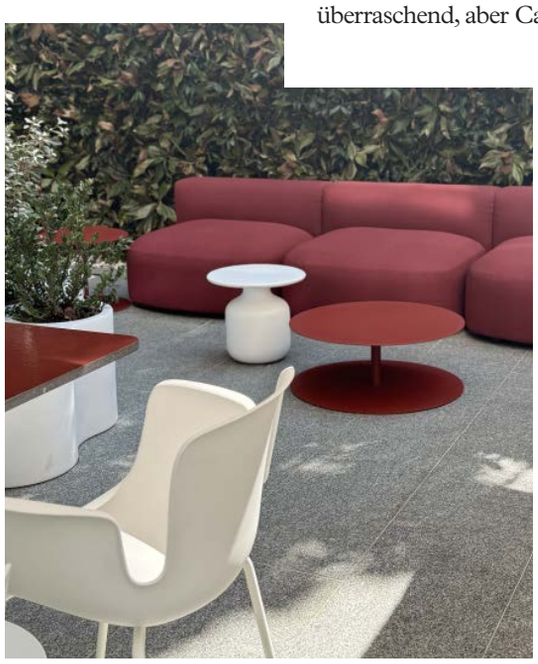




Campari Soda

Satte, anregende Rottöne waren dieses Jahr in Mailand sehr präsent. Die Amaranth-, Kastanienbraun- und Scharlachrot-Töne, die wir sahen, waren lebendig, aber nicht aufdringlich – eine schwierige Balance, die dieses Rot, das wir liebevoll „Campari" nannten, jedoch mit Bravour meisterte. Campari, ein Aperitif, der für seine tiefrote Farbe bekannt ist, stammt aus der Gegend westlich von Mailand. Die ursprüngliche karminrote Farbe wurde von Insekten namens Cochenille gewonnen (wir freuen uns jedoch berichten zu können, dass Campari keine Insekten mehr verwendet, um diesen lebendigen Farbton zu erhalten). Dieses satte Rot lädt zur aktiven Kontemplation ein und hält die mentale Energie aufrecht. Auf Möbeln schafft dieses Rot lebendige Stücke mit echter Präsenz; sie strahlen Selbstbewusstsein aus, fordern aber nicht die Aufmerksamkeit *(siehe Zanottas Bilder für hervorragende Beispiele)*. Auf größeren, geschwungenen Flächen ergeben satte rote Farben, Tapeten oder Teppiche wirklich faszinierende Räume, wie zum Beispiel der begehbare Kleiderschrank Ghost Wall von Cassina. Vielleicht überraschend, aber Campari-Rot passt gut zu Orange und Pflaume.



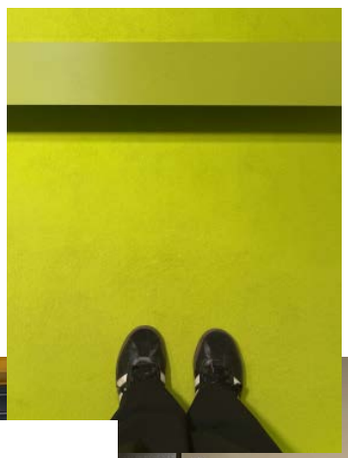








Im Uhrzeigersinn von oben links: Bodenbelag von Cappellini; Beistelltisch bei Fendi Casa; Bodenbelag von Zanotta; Hocker von AMDL CIRCLE; Sitzsack und Stühle von Zanotta; Sessel von Cappellini

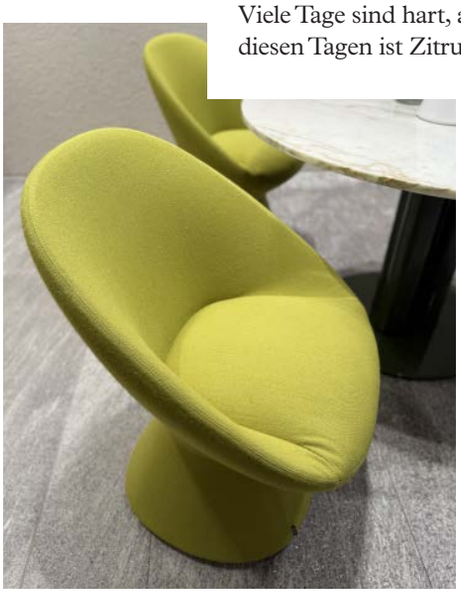




Saure Zitrusfrüchte

Jane Boddy vom Pantone Color Institute hat bereits an unserem ersten Tag in Mailand den Trend zu sauren Grüntönen erwähnt – und sie lag damit genau richtig. *(Lesen Sie ihr aufregendes Interview auf Seite 12!)* Helle, fröhliche Zitrusfrüchte waren ein häufiger Anblick, der für gute Stimmung sorgte. Diese spritzigen Töne waren der absolute Hingucker! Sie waren nicht nur auf kleine, freche Akzentkissen beschränkt – sie waren das Hauptoutfit für viele Stücke. Zanotta setzte auf Limette – und wie! Ihr ikonischer Sacco, mit grünem Zitrus bezogen, war das erste Stück, das die Besucher beim Betreten sahen. Und falls jemand den Sacco übersah, war auch der Teppich auf der Eingangsebene in leuchtendem Limettengrün gehalten. Cappellini setzte auf Zitrone und verwandelte einen Raum mit einem strahlend gelben Teppich und einem bequemen Sofa mit Armlehnen in eine farbenfrohe Oase. Diese Limetten und Zitronen strahlten in einem hellen, überschwänglichen und optimistischen Licht. Die emotionale Wirkung war einfach unglaublich – die unschuldige Freude an den in diesen Farben gepolsterten Stücken brachte uns ein wenig Schwung. Viele Tage sind hart, aber es gibt auch so viele glückliche Tage! An diesen Tagen ist Zitrusfreude angesagt!





Bilder oben links und mitte links: Cappellini

INTERVIEW



Design im Dazwischen

„Je mehr Zeit man in einem Zustand des Andersseins verbringt, desto mehr fühlt man sich zu Hause. Man beginnt, sich in der Begegnung mit dem Anderssein wohl zu fühlen."

Die Installation „Particulaire" von Calico Wallpaper, entworfen von Stephen Burks für Man Made, füllte einen sonnigen Innenhof mit Erinnerungen. Eine faszinierende Tapetenmalerei zeigte Dutzende von Erinnerungsstücken, die Stephen Burks und Malika Leiper aus der ganzen Welt gesammelt hatten. Im Innenhof begeisterte eine Auswahl vergrößerter Versionen, die wie von der Wand genommen schienen, um ein überlebensgroßes Erlebnis zu schaffen, wie Malika es beschreibt.

Als Stephen und Malika das Wandbild konzipierten, stellten sie fest, dass ihre Räume „voller kleiner Gegenstände von unseren Reisen" waren, sagte Stephen – und damit wurde das Konzept für Particulaire zum Leben erweckt. „Jedes dieser Objekte erzählt eine Geschichte", fügte Stephen hinzu. „Es gibt also diese kumulative Erzählung, die so spannend war."

Ruanda, Japan, Mexiko, Senegal, Dänemark – die Bandbreite der vertretenen Orte war so vielfältig wie die Reisen von Stephen und Malika. Doch so greifbar die Erinnerungen auch schienen, die Beschaffenheit der Objekte machte die Kluft zwischen Vergangenheit und Gegenwart deutlich. Dieses Gefühl des Dazwischen – Design in Grenzbereichen – ist in der Spiritualität des Studios verwurzelt. „In der Meditation", sagt Malika, „gibt es ein Werkzeug, das ich verwendet habe, um darüber nachzudenken, wo man sich befindet und ein Objekt vor sich hat. Konzentriere dich jetzt auf diesen Zwischenraum. Das ist eine Möglichkeit, sich von seinem eigenen Verstand zu lösen und in diesen Zustand der Leere und des Nichts zu gelangen."

„Wie beschäftigt man sich mit etwas, das nicht da ist?", fragte Stephen. "Und indem man sich mit etwas beschäftigt, das nicht da ist, hat man die Möglichkeit, über das nachzudenken, was da ist."

Bei einer solchen Offenheit für das Ungreifbare, das Immaterielle, das Unsichtbare waren wir neugierig, welche Rolle die Materialität für das Studio spielt. „Material ist ein Werkzeug, Farbe ist ein Werkzeug", sagte Stephen. „Wir versuchen, mit einem Konzept und einer großen Idee voranzugehen. Und dann, wenn wir anfangen, uns darauf zu konzentrieren, kommt das richtige Material, die richtige Form, und man beginnt, das Richtige zu fühlen."

Ihr Ansatz führt zu einem faszinierenden Zusammenspiel zwischen Form und Formlosigkeit. „Der immaterielle Faktor ist – es ist etwas, das wir nicht anfassen können, aber wir wissen, dass es da ist", sagte Stephen. „Der größte Teil des Universums besteht aus etwas, das wir nicht anfassen können, aber wir wissen, dass es da ist. Und wir können anfangen, uns damit zu befassen, weil es uns alle verbindet."

Im Uhrzeigersinn von oben links:
Couchtisch von Kettal; Kunst von Cassina; Schrank und Konsole von Cimento, entworfen von Patricia Urquiola; Fliesen, entworfen von Patricia Urquiola; Esstisch von Cassina; Wasserhähne von Gessi; Wandstruktur von Cassina





Rustikaler Charme

Mailand ist seit Hunderten von Jahren die Heimat geschickter Kunsthandwerker. In einer Zeit, in der der Großteil unseres Lebens digital zu sein scheint – was viele positive Aspekte mit sich bringt, wie z. B. eine erweiterte Gemeinschaft, eine einfachere Kommunikation mit verstreuten Familienmitgliedern und Freunden und zugängliche Informationen – gewinnt das Rustikale einen gewissen Charme. Dies wurde besonders gut in Elle Decor Italiens ALCHEMICA, kuratiert von Patricia Urquiola, erforscht. Die spielerische Interaktion mit den rustikalen Wissenschaften der Vergangenheit – der alchemistischen Tradition – schuf einen natürlichen Raum, um organische, nostalgische Formen zu erforschen. Die neue RIVA-Kollektion von Cimento, entworfen von Patricia, zeichnet sich durch unregelmäßige Details aus, die sich zu rhythmischen, fast wässrigen Mustern verbinden. Die Kollektion wirkt modern, auch wenn sie an antike glasierte Keramik erinnert. Dieses Gefühl der Verschmelzung von Modernem und Rustikalem zeigte sich auch in einer Ausstellung von Cassina, wo eine geharkte Gipswandverkleidung durch eine ähnliche Textur auf einem Esstisch aus Metall ergänzt wurde.

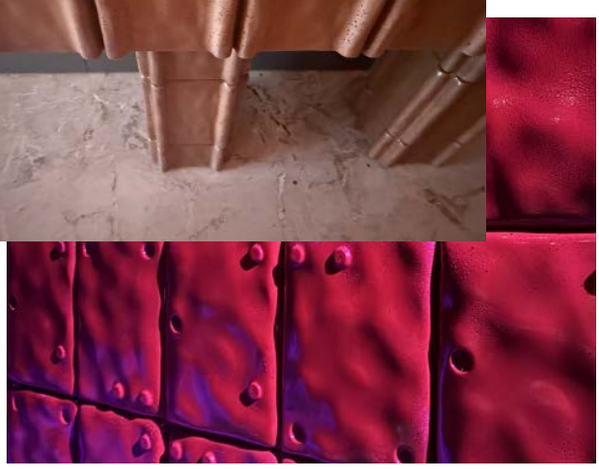


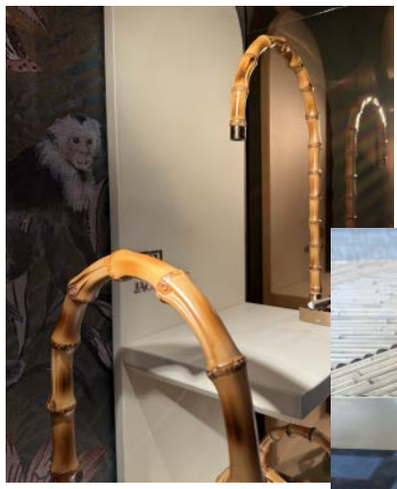












Im Uhrzeigersinn von oben links: Sessel von Ralph Lauren Home; Armaturen von Gessi; Couchtisch von Fendi Casa; Installation von Gucci; Installation von Saint Laurent; Bodenbelag von Patricia Urquiola







Verwurzelt in der Natur

Technologische Fortschritte werden immer komplexer, und das ist die beste Nachricht für natürliche Materialien! Natürliche Materialien sind klasse, denn sie sind nützlich und nachhaltig. Aber der Fortschritt in der Materialforschung geht immer weiter. Und das Moderne ersetzt das Traditionelle. (Erinnern Sie sich noch? Der Aufschrei zu Beginn dieses Jahres war gewaltig, als Hongkong ankündigte, sein ikonisches Bambusgerüst bald durch Metall zu ersetzen.) Und selbst wenn unsere tiefe Verbindung zur Natur nachlässt, kann die Bindung nie gekappt werden. In diesem Jahr haben wir mehrere Ausstellungen besucht, die eine fantastische organische Begegnung mit der Natur und natürlichen Materialien geschaffen haben. Die atemberaubende Ausstellung von Gucci konzentrierte sich auf Bambus und untersuchte ihn sowohl als Baumaterial als auch als Behälter für Erinnerungen. Saint Laurent umgab seine Charlotte-Perriand-Ausstellung mit atemberaubenden Sichtschutzwänden aus Holzklötzen, die sowohl das natürliche Holz als auch das Zusammenspiel von Licht und Schatten, das die Sichtschutzwände erzeugten, feierten – und an einen Spaziergang durch den schattigen Wald erinnerten.







Bild oben links: Ralph Lauren Home

INTERVIEW



Design, das das Herz berührt

„Ich glaube, es gibt keine Stadt auf der Welt, die so frei ist wie Berlin. Jeder kann einfach so sein, wie er ist und wie er sein möchte."

Im eleganten Innenhof des Hotels Casa Brera trafen wir Hanne Willmann, eine lebhafte junge Designerin, die das in Berlin ansässige Studio Hanne Willmann leitet.

So viel wir diese Woche auch über Mailand gesprochen haben – die Stadt ist nicht umsonst als „Home of Design" bekannt! – wollten wir auch Hannes Meinung über Berlin hören, eine weitere globale Designmetropole.

„Es ist eine ganz besondere Stadt mit einer verrückten Geschichte", sagte Hanne, "und das macht sie meiner Meinung nach zu einer so freien Stadt. Ich habe das Gefühl, dass es keine Stadt auf der Welt gibt – und Sie aus LA mögen mich korrigieren! –, die so frei ist wie Berlin. Jeder kann einfach so sein, wie er ist und wie er sein möchte. Jeder kann sagen, was er will ... aber im Allgemeinen ist es die Freiheit, das Gefühl, „superfrei und offen für alles" zu sein."

Hanne hat ein warmherziges, aufmerksames Bewusstsein für die Person, die das Produkt am Ende in den Händen hält. Sie sprach von ihrer Designphilosophie als eine Zuneigung, die zwischen einem Produkt und der Person, die das Produkt begleitet, entsteht. „Das Wichtigste an Produkten ist, dass die Menschen dein Produkt wirklich, wirklich lieben", sagte sie. „Es sollte nicht nur ein Trend sein und sie wollen es haben, weil es gerade cool ist – es sollte etwas sein, in das sie sich für immer verlieben."

„Und das ist das Nachhaltigste, was man haben kann", fügte Hanne hinzu, "denn wenn man sich auf einer tieferen Ebene mit einem Produkt verbindet, dann wird man es nie weggeben. Dann wird man es vielleicht später seinen Kindern geben. Aber man wird es nicht einfach loswerden wollen, nur weil der Trend vorbei ist."

Trends sind natürlich ein häufiges Gesprächsthema in Mailand. „Ich mag das Wort ‚Trends' nicht wirklich – aber das würde jeder Designer sagen!", sagte Hanne lachend. „Ich denke, Trends ... es gibt Tausende von Mini-Trends. Und ich würde es nicht einmal Trends nennen. Viele, viele Bewegungen. Und viele Dinge wiederholen sich, und wenn es sich zwei- oder dreimal wiederholt, ist das schön. Ich meine, man braucht Wiederholungen, um sich in Dinge zu verlieben."

„Manchmal muss man bestimmte Produkte oder Farben mehrmals sehen", sagte Hanne. "Je öfter man sie sieht, desto mehr verliebt man sich in sie."

INTERVIEW



Erinnerung ist der Schlüssel, Emotionen sind die Tür

Während einer sehr arbeitsreichen Woche waren wir begeistert, als Oki Sato von Nendo sich die Zeit nahm, uns seine Gedanken zu Materialien, Emotionen und Erinnerung zu schreiben.

Wie hängen Materialien und Emotionen für Sie zusammen?
Ich denke, dass es drei Schlüsselelemente gibt, die mit Emotionen verbunden sind: Farbe, Material und Form. Mein Ziel ist es, Designs zu schaffen, die Menschen emotional bewegen, indem ich diese drei Komponenten sorgfältig ausbalanciere und priorisiere.

Beginnen Sie mit einer emotionalen Wirkung im Hinterkopf und suchen dann nach einem passenden Material, oder beginnen Sie mit dem Material und lassen die emotionale Wirkung offen für Interpretationen?
Auf jeden Fall Ersteres. Ich beginne mit der Konzeption einer Geschichte, die emotionalen Wert erzeugt, und überlege mir dann, welche Farben, Materialien, Formen und Techniken am besten dazu passen. Es ist wie das Zusammenfügen von Puzzleteilen – ein sehr logischer Prozess.



Oben: Neue Keramikvasenkollektion TassTumu, entworfen von Nendo für Cappellini. TassTumu kann leicht gestapelt werden, um echte Mikroarchitekturen zu bilden. Das Konzept der Modularität und Schichtung, ausgedrückt durch die japanischen Begriffe Tass („hinzufügen“) und Tumu („stapeln“), ermöglicht kreative und vielseitige Kombinationen.

Welche Rolle spielen Erinnerung und Nostalgie in Nendo-Designs?
Erinnerung spielt eine sehr wichtige Rolle. Anstatt mich auf ganz bestimmte Erinnerungen zu konzentrieren, finde ich, dass allgemein geteilte Erinnerungen – Erfahrungen, die viele Menschen gemeinsam haben – vorzuziehen sind.

Durch die Einbeziehung dieser Art von Erinnerungen in ein Design wird es möglich, etwas zu schaffen, das bei den Benutzern Anklang findet und ihre Emotionen anspricht. Man könnte sich die Erinnerung als den „Schlüssel“ und die Emotion als die „Tür“ vorstellen. Mit dem richtigen Schlüssel kann man die Tür öffnen.

Wie kann die Erinnerung an die Vergangenheit – sowohl in Bezug auf Materialien als auch auf Handwerkstechniken – die Materialien und Handwerkstechniken der Zukunft verbessern?
Ich glaube, dass der Einsatz modernster Technologie unerlässlich ist, um Materialien und Techniken aus der Vergangenheit weiterzuentwickeln und in die Zukunft zu tragen. Gleichzeitig können solche Kooperationen auch dazu beitragen, dass fortschrittliche Technologien nahtloser in den Alltag integriert werden.

Was Materialien angeht, worauf freut sich Nendo derzeit besonders? Gibt es neue Materialien, mit denen Sie in naher Zukunft arbeiten möchten?
Obwohl wir noch kein Endergebnis haben, untersuche ich derzeit, ob sich die Ausdrucksformen und Werte natürlicher Materialien wie Holz und Stein auf industrielle Materialien wie Metall und Harz übertragen lassen. In den letzten Jahren habe ich täglich Experimente in dieser Richtung durchgeführt. Ich hoffe, Sie sind gespannt, was dabei herauskommt.

Porträt: Daisuke Yoshinari; Produkte: Cappellini

Im Uhrzeigersinn von oben links: Sessel von Edra; Beistelltisch von Fendi Casa; Glasobjekte, gestaltet von Patricia Urquiola; Aqua-Stühle von Tokujin Yoshioka; Beistelltisch von Italia; Sideboard und Leuchte von Fendi Casa







Chill-Faktor

Wasser fasziniert uns. „Ein Fluss fließt nicht zweimal“, sagte Heraklit – und vielleicht ist es genau diese Ungreifbarkeit, die uns dazu zwingt, immer wieder zu versuchen, das einzufangen, was nicht eingefangen werden kann. Aber ist der immerwährende Tanz des Wassers nicht in Form von Eis eingefangen? In diesem Jahr waren die Reflexionen über Wasser eisig. Eisige Inspiration war überall. Dies wurde perfekt in einer wunderschönen Installation von Tokujin Yoshioka verkörpert, die eine Reihe von Aqua Chairs aus Eis umfasste. Alternativ auch als „Skulptur des Lichts“ betitelt (wenn man über Wasser nachdenkt, denkt man schnell auch über Licht nach), schmolzen die Stühle im Laufe der Woche und löschten auf poetische Weise die Erfassung des Ungreifbaren aus, die das Eis ermöglicht. Lasvit präsentierte „Soaked in Light“ – eine weitere Licht-/Wasser-Kombination – die die fließende Natur des Wassers erforschte. Eis, Wasser, sogar Dämpfe – das sind zeitlose Themen, die unerschöpflich sind.









Im Uhrzeigersinn von oben links: Leuchte von Flos; Rauminstallation bei der ALECHEMICA-Ausstellung; Ausstellung „Making the invisible visible“ von Google; Sofa von Edra; Leuchte von Flos; Leuchte, gestaltet von Formafantasma für Flos; Ausstellungsdesign von Hermès

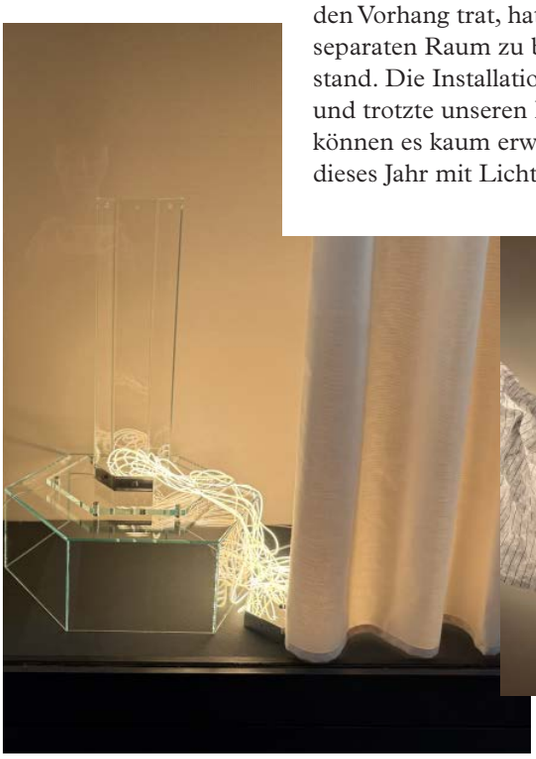


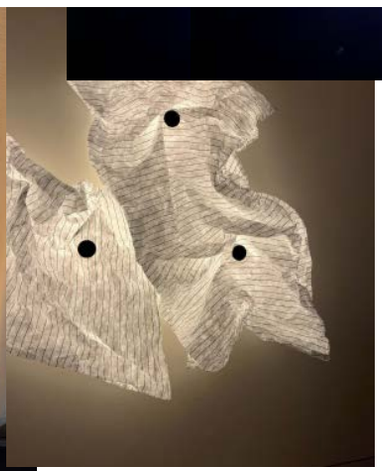


Ultraviolett

Mailand erkundet das Licht jedes Jahr auf neue Weise. Im Jahr 2025 schien es eine Faszination dafür zu geben, Licht zu entwirren, sogar bis hin zur spielerischen Zerstörung – wie ein Kind, das mit Knetmasse spielt, nahmen Designer das Licht auseinander, wie sie es kannten. Wir nennen diesen Trend „Ultraviolett“, wegen seiner seltsamen Überlappung von Anwesenheit und Abwesenheit – es ist Licht, das uns beeinflusst, und doch ist es unsichtbar (es sei denn, man ist ein Vogel, eine Biene oder einer der sehr seltenen Menschen, die es wahrnehmen können). Formafantasma stellte eine Kombination aus Tisch und Lampe aus, die wie ein einziges Stück aussah, das mit einer unsichtbaren Mikroschicht aus UV-Kleber versiegelt war. Die Ausstellung „Making the Invisible Visible“ von Google war eine spannende Erkundung des Lichts. „Curtains“ machte Licht praktisch zu etwas fast Greifbarem. Wenn man durch den Vorhang trat, hatte man das Gefühl, sich wirklich in einem separaten Raum zu befinden, getrennt von jemandem, der draußen stand. Die Installation von Hermès ließ massive Blöcke schweben – und trotzte unseren Erwartungen an die Schwerkraft mit Licht. Wir können es kaum erwarten zu sehen – oder nicht zu sehen? – was Sie dieses Jahr mit Licht machen.









INTERVIEW



Die Sehnsucht nach Zuflucht inmitten des Wandels

„Wir streben immer danach, Dinge zu verbessern. Beim Design versucht man, eine Funktion zu verbessern; in der Kunst, im Design streben wir nach Schönheit."

Auf einem Plüschsofa in Zanottas wunderschönem Showroom trafen wir Larissa Sarjeant, Geschäftsführerin von Haworth für Deutschland. Nach fünfzehn Jahren in der Modebranche hat Larissa ein scharfes Auge für Trends, Handwerk und Stoffe.

Wir begannen mit der Frage, wie Erinnerung das Handwerk verbessern könnte. „Die Erinnerung an die Vergangenheit ist im Grunde die Grundlage für alles", sagte Larissa. „Als Menschen bauen wir auf dem Wissen auf, das wir uns aneignen. Wir erinnern uns also an Dinge und versuchen, daraus zu lernen, weil wir immer danach streben, Dinge zu verbessern."

Angesichts von Larissas Hintergrund in der Modebranche, die sich immer wieder mit vergangenen Bewegungen reimt, waren wir neugierig auf ihre Gedanken zum Thema Nostalgie. „Ich glaube, dass derzeit eine gewisse Nostalgie in der Luft liegt", sagte sie, „und vielleicht hat das damit zu tun, dass sich durch die technologische Revolution mit künstlicher Intelligenz und der Art und Weise, wie wir überall um uns herum Informationen konsumieren, so viel verändert. Das ist eine große Veränderung, und Veränderungen machen uns Menschen immer Angst – deshalb sehnen wir uns nach Dingen, die wir kennen und mit denen wir uns wohl fühlen."

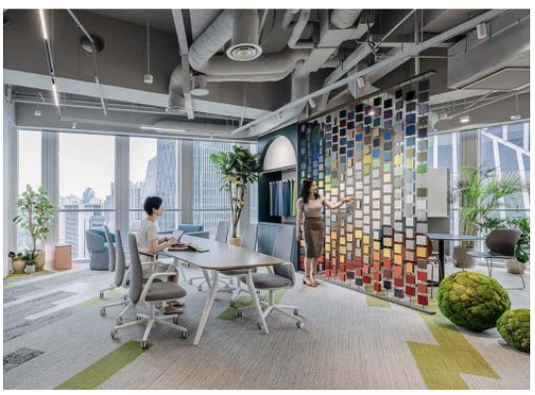
Larissa sieht mehrere Themen, die immer wiederkehren. „Ich glaube, wir sehen bestimmte Farben wieder, die an die Vergangenheit erinnern – sehr warme Farben. Und was die Formen betrifft, ist es eigentlich interessant, denn es gibt zwei Trends. Einerseits wird wieder viel über Bauhaus gesprochen; viele Designer lassen sich davon inspirieren. Andererseits ist im Moment auch alles sehr organisch – wir sitzen auf diesem sehr runden, super bequemen Sofa."

Diese Hinwendung zu rundem, gemütlichem Komfort war ein Thema, das Larissa ansprach. „Man möchte sich wohl, gemütlich und sicher fühlen", sagte sie. „Als Menschen möchten wir uns immer beschützt fühlen. Und Materialien, Akustik und Funktionalität – all das hilft dabei, kreativ zu sein, wenn man sich in einem Raum wohl und behaglich fühlt."

Larissa fand eine treffende Metapher, um zu beschreiben, wie gut gestaltete Stücke Menschen dabei helfen können, ihre beste Arbeit zu leisten. „Wenn etwas gut funktioniert, gibt es keine Reibung", sagte Larissa. „Eine gut durchdachte Küche, in der alles funktioniert, hilft einem Koch, wunderbare Mahlzeiten zuzubereiten – und das Gleiche gilt für einen Büroraum."

INTERVIEW





Oben Das von Gensler entworfene HWS-Haworth Customer Experience Centre in Shanghai, China, definiert den Marken-Showroom neu durch ein menschenzentriertes Design, das Menschen mit Natur, Raum, Technologie und Möbeln verbindet. Ein kollaborativer Raum, der die Produktivität steigert, Innovation inspiriert und Gesundheit, Wohlbefinden und soziale Verbindungen fördert.

Design neu erfinden

„Die Stadt ist so inspirierend und so kreativ, und es passiert so viel. Ich liebe die Kombination von Kunst und Produkten."

In einer charmanten Ecke des Showrooms von Cassina begrüßten wir Peter Schäfer, Design Director bei Gensler München, zu einem Gespräch über KI im Design.

„Wir setzen KI hauptsächlich in den frühen Phasen des Designprozesses ein", sagte Peter. "Es ist hilfreich, den Standort wirklich zu verstehen, ein wenig über die Geschichte, das Gebäude, die Straße und die Besonderheiten der Nachbarschaft zu erfahren."

Für Schäfers Team sind KI-Tools oft eine Hilfe beim Brainstorming. „Sie sind in einem sehr frühen Stadium für die Prototypenentwicklung sehr hilfreich, da sie viele Iterationen ermöglichen. Man muss einfach verstehen, was möglich ist", fügte Schäfer hinzu. „Man sollte der KI erlauben, verrückte Ideen zu entwickeln, und vielleicht führt einen das weiter. Wer weiß?"

Wir waren neugierig, ob Schäfer glaubt, dass der Aufstieg der KI zu einer größeren Wertschätzung handwerklicher Elemente führen könnte. „Es gibt eine höhere Wertschätzung für das Handgemachte, absolut. Wir sehen bereits, dass die Menschen mehr zu Naturprodukten, zu handgefertigten Elementen greifen."

Aber mehr noch als der Kontrast zwischen menschlichen Designern und KI-Tools interessiert sich Schäfer für die harmonische Beziehung, die sich entwickeln wird. „Ich bin wirklich gespannt auf die Verschmelzung von beidem", sagte er. "Vielleicht geht es in die Kunst oder ins Handwerk, ins Produktdesign, wo die Vorteile, die positiven Seiten von beiden, zusammengeführt werden und etwas Neues schaffen, das wir nicht schaffen könnten oder woran wir nicht gedacht hätten ... wir werden unsere Sichtweise auf Design völlig neu erfinden."

Während er das große Potenzial von KI-Tools sieht, bleiben drängende Fragen aus der realen Welt offen. „Wir müssen auch darauf achten, wem die Software gehört", sagte Schäfer. „Ist sie für alle zugänglich? Von welchen Daten lernt sie?", fragte er und fügte hinzu: „Wer definiert, was gutes Design ist?"

Auch Fragen der Nachhaltigkeit sind weit verbreitet. „Das ist die interessanteste Frage zur KI", sagte er. „Sie hilft uns sehr, aber sie verbraucht so viel Energie ... und sie braucht viel Energie zur Kühlung. Und leider sind die Quellen nicht die nachhaltigsten. Wir müssen die Technologiegiganten dazu drängen, beim Energieverbrauch transparenter zu sein. Ich denke, es gibt viele Informationen, die geteilt werden müssen."

Aber Schäfer bleibt optimistisch. „Wir stehen noch ganz am Anfang", fügte er hinzu. „Es gibt also Hoffnung."

Porträt: Peter Schäfer



Im Uhrzeigersinn von oben links: Sofa von Cappellini; Sessel von Cappellini; Sofa von Fendi Casa; Teppich von Zanotta; Sessel von Fendi Casa; Wandverkleidung von Kettal; Esszimmerstuhl von Fendi Casa







Einfach gemütlich

Volles Volumen ist angesagt. In den letzten Jahren haben wir uns langsam an Texturen herangetastet. Wir haben zarte Bouclé-Muster verwendet und an flauschige Pullover und Steppdecken erinnert. In diesem Jahr wurde der Flirt direkt aus dem Fenster geworfen, als die Marken die Zurückhaltung bei der Textur aufgaben. Es sieht so aus, als ob diese Hinwendung zur Materialität eine psychologische Wirkung hat. In stürmischen Zeiten suchen wir Orte, an denen wir uns sicher fühlen können. Unsere Welt ist im Moment ziemlich turbulent. Wir brauchen Räume, in denen wir uns wohlfühlen und mit einem warmen Getränk in der Hand relaxen können. Wir brauchen vielleicht einfach nur ein bisschen Ruhe. Fendi Casa hatte mehrere echt kuschelige Optionen im Angebot, darunter ein Sofa, das so weich gepolstert war, dass man meinen konnte, es wäre aus weichem Fell. Werner Aisslingers Juli-Stuhl, der sich ständig weiterentwickelt, hat jetzt auch das Soft Plus dabei, das eine bezaubernde „statische Kätzchen"-Polsterung in das Sortiment bringt. Die Sehnsucht nach bequemen Sofas mit sanften, abgerundeten Linien war einfach nicht zu leugnen. Wir konnten uns nicht zurückhalten, uns in die Sofas hineinzusinken und zufrieden seufzen. Lass die Gemütlichkeit in diesem Jahr doch einfach mal zu einem Höhepunkt werden.





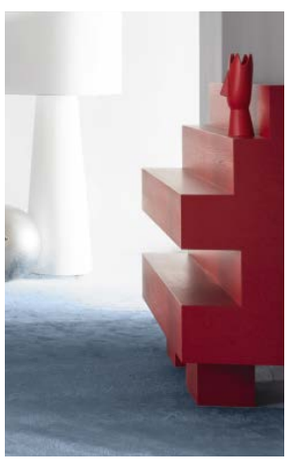


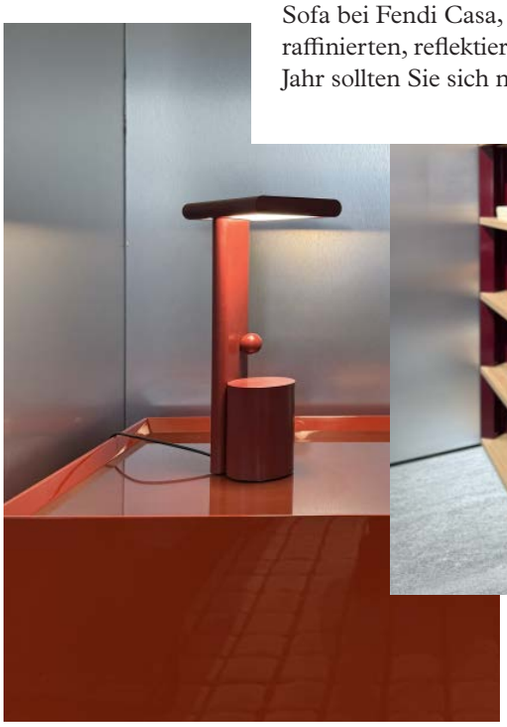


Im Uhrzeigersinn von oben links: Spiegel, gestaltet von Patricia Urquiola; Couchtische von Cassina; Regal von Cassina; Sofa von Fendi Casa; Couchtisch von Cassina; Bücherregal von Zanotta; Kommode von Cassina; Bücherregal von Cappellini

Leuchtend hell

Jeder Artikel über die Mailänder Designwoche wird unweigerlich einen Hinweis auf helle Lichter, leuchtende Sterne und brillante Leuchten enthalten – und das ist absolut zutreffend! Wir sind fasziniert von Licht und Reflexion; jedes Jahr gibt es in Mailand tiefgründige Erkundungen des Lichts in all seinen physischen, reflektierenden, poetischen und kontemplativen Varianten. In Bezug auf Produkte stießen wir auf Spiegel und verspiegelte Oberflächen, einschließlich einer Zunahme des Glanzes im Vergleich zu den Vorjahren. Bei Cappellini war der Red Bookcase von REJO studio – einem weiblichen Duo palästinensischer Architektinnen – mit einem kräftigen offenporigen Lack versehen. Zanotta stellte Z24 aus, ein Bücherregal und eine Kommode von Muller Van Severen, die in einem tiefen Rot glänzten. Cassina stellte sowohl Ghost Box vor, eine Familie von Behältern in neuen Hochglanz-Oberflächen, als auch ein Sofa bei Fendi Casa, das eine weiche, pelzige Polsterung mit einer raffinierten, reflektierenden Chromoberfläche kombinierte. In diesem Jahr sollten Sie sich nicht scheuen, zu glänzen.







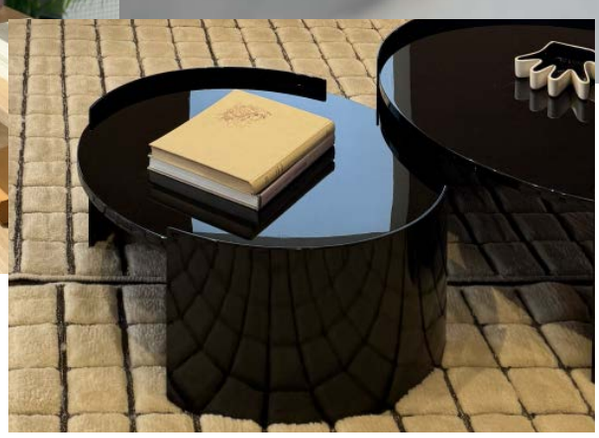


Bild mitte links: Cappellini

INTERVIEW



Rückblick für den Blick nach vorn

„Ich sage gerne, dass wir wie ein schöner Baum sind, der sehr solide Wurzeln hat, aber auch große Blätter, die in den Himmel ragen."

An dem Morgen, an dem wir uns mit Nicola Coropulis, CEO von Poltrona Frau, trafen, zeigte sich Mailand von seiner schönsten Seite. Auf einer sonnigen Terrasse über dem Showroom sprachen wir darüber, was Handwerk, Erinnerung und Erbe für eine der traditionsreichsten Marken Italiens bedeuten.

„Zunächst einmal ist es ein großer Stolz und eine große Ehre, dieses Erbe zu repräsentieren", sagte Nicola, „das eigentlich die Gründungswurzel unserer Marke ist. Aber es ist auch eine große Verantwortung, dieses Erbe zu bewahren und lebendig zu halten."

„Und der einzige Weg, es tatsächlich lebendig zu halten", fügte Nicola hinzu, „ist durch Innovation und durch ständige Forschung und Entwicklung ... Ich sage gerne, dass wir wie ein schöner Baum sind, der sehr feste Wurzeln hat, aber auch große Blätter, die in den Himmel ragen. Das ist also eigentlich eine Metapher, die besagt, dass unser Erbe die Basis ist, auf der wir aufbauen."

Trotz eines so reichen Archivs überdauert Poltrona Frau die Zeit. „Ich erzähle gerne was der berühmte Architekt und mein Freund – und ich bin stolz darauf, sein Freund zu sein – Michele De Lucchi über Poltrona Frau gesagt hat, dass es das einzige Unternehmen ist, in dem ein im Jahr 2025 entwickeltes Produkt problemlos neben einem Produkt stehen kann, das vor mehr als hundert Jahren entworfen wurde. Sie haben das gleiche Familiengefühl und sind in den gleichen Werten verwurzelt: Handwerkskunst, Qualität und italienische Eleganz."

Poltrona Frau arbeitet daran, diese Qualitätstradition am Leben zu erhalten. „Unser Ziel ist es, eine eigene Handwerksschule zu gründen", sagte Nicola. „Letztes Jahr haben wir ein Experiment mit dem Atelier dei Saperi, dem Handwerksatelier, durchgeführt, in dem pensionierte Poltrona-Frau-Mitarbeiter, pensionierte Handwerker, jüngeren Menschen beibrachten, wie man Leder zuschneidet, näht und ihre Produkte polstert. Und einige der Damen, die an dem Kurs teilgenommen haben, sind jetzt bereits bei uns beschäftigt."

Poltrona Frau hat einen riesigen Schatz an Erinnerungen – aber die Marke ruht sich nicht auf vergangenen Erfolgen aus. „Wir sind eigentlich überhaupt nicht nostalgisch", sagte Nicola. „Wir denken, dass die Vergangenheit eine gute Erinnerung an Dinge ist, aus denen man lernen kann. Die Gegenwart ist das, was wir leben ... Wir blicken zurück, aber immer mit dem Gedanken, nach vorne zu schauen."





Im Uhrzeigersinn von oben links: Sessel von Cassina; Beleuchtung von Poltrona Frau; Sessel von Saint Laurent; Vico Magistretti Sessel von Kettal; Sessel von Poltrona Frau; Sessel von Cassina



Designklassiker

Vergangenheit, Gegenwart, Zukunft: Die Mailänder Designwoche ist unweigerlich ein Moment des Nachdenkens. Es ist eine Zeit, in der die Jubiläen von Ikonen gefeiert werden, während man sich damit auseinandersetzt, wie man klassische Visionen in die Zukunft bringen kann – in eine Welt, die sich auf beispiellose Weise verändert. Wie halten wir Erinnerungen lebendig? Wie lassen wir Vergessenes wieder aufleben und zollen früheren Genies ihren Tribut? Jeder Designliebhaber würde sich sehr darüber freuen zu sehen, dass Charlotte Perriand mit jedem Jahr bekannter wird. Saint Laurent stellte bisher unveröffentlichte Entwürfe aus ihrem Archiv aus, darunter den wunderschönen Le Fauteuil Visiteur Indochine. Cassina feierte mit „Staging Modernity“ das 60-jährige Jubiläum seiner Kollektion Le Corbusier, Pierre Jeanneret und Charlotte Perriand. Und Poltrona Frau stellte Gio Pontis Dezza in einer exklusiven Ponti-Illustration anlässlich seines 60-jährigen Jubiläums aus. In der stets durchdachten Stadt Mailand ist die Vergangenheit in guten Händen.

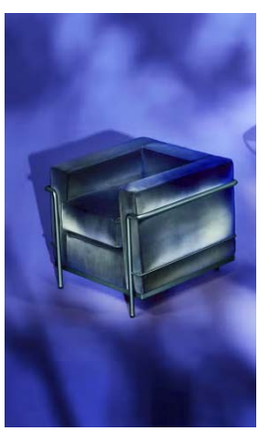


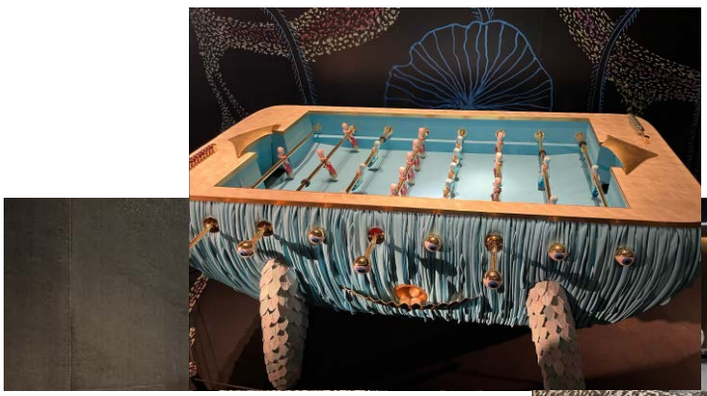




Bild oben rechts: Saint Laurent; Staging Modernity image: Cassina

Im Uhrzeigersinn von oben links: Couchtisch von Cappellini; Kickertisch von Louis Vuitton; Sessel von Dolce & Gabbana Casa; Sessel von Poltrona Frau x Fornasetti; Sitzsack von Zanotta; Outdoor-Sonnenliegen von Dolce & Gabbana Casa; Spiegel von Cassina; Tisch von Cassina







Stil, der auffällt

Egal, was gerade in, out oder irgendetwas dazwischen ist, es wird immer Stücke geben, die sich von allen anderen abheben. Dies ist eines der spannendsten Themen, die es jedes Jahr in Mailand zu entdecken gibt – welche Stücke setzen eine Idee einfach perfekt um? Zu den Objets Nomades von Louis Vuitton gehörte ein vom Biomorphismus inspirierter Kickertisch. Leopardenmuster sind immer eine gute Wahl, um aufzufallen, wie Dolce & Gabbana Home mit katzenartig gekleideten Stühlen zeigte. Poltrona Frau präsentierte Renzo Frau's klassischen Sessel von 1919 mit einem beeindruckenden Schmetterlings- und Textdruck von Fornasetti. Cassina arbeitete mit dem italienischen Künstler Pietro Terzini an „ME FROM OUTSIDE“ zusammen. Die Installation ist ein bewegendes Werk sowohl der wörtlichen als auch der metaphorischen Reflexion und umfasst einen Spiegel mit der darauf gekritzelten Botschaft „WIR SEHEN, WAS WIR SEHEN WOLLEN“. Und Zanotta, kein Unbekannter in Sachen radikaler Designideen, hat seinen ikonischen Sacco auf vielfältige Weise neu interpretiert.











Bild oben rechts und Mitte unten: Dolce & Gabbana Casa; Bild mitte rechts: Poltrona Frau

INTERVIEW



Das Leben ist schöner in einem schönen Raum

„Jedes Mal, wenn man [zur Mailänder Designwoche] kommt, sieht man all diese Lifestyle-Marken, die die Entwicklung des Designs vorantreiben."

Inmitten des Trubels der Via Durini bildete die Outdoor-Lounge von Cassina eine Oase der Ruhe – und es war der perfekte Ort, um sich mit Anand Amornrattanavej, dem charmanten Vizepräsidenten von Euro Creations, zusammenzusetzen.

Euro Creations mit Sitz in Bangkok bringt Cassina, Poltrona Frau und Haworth zu Kunden in Thailand und darüber hinaus. „Wir glauben, dass das Leben in einem schönen Raum besser ist", sagte Anand. „Die Menschen sehnen sich nach mehr Schönheit und Design ... wenn der Raum stimmt, fühlt man sich besser."

Anand sucht nach dem „Leben hinter der Marke" – jener Energie, die großartige Marken von gewöhnlichen Marken unterscheidet. Als Familienunternehmen sieht er bei Haworth und Euro Creations eine ähnliche Einstellung. „Marken, die von Familien geführt werden, vermitteln den Unternehmergeist und die Sorgfalt bis ins kleinste Detail", so Anand. „All diese Dinge spiegeln sich im Produkt wider, spiegeln sich in den Marken wider."

Anand sprach über die Details und das Handwerk im thailändischen Design. „Wenn man in den Norden oder Nordosten fährt, sieht man viel Kunsthandwerk in unserem eigenen Stil. Und es ist wunderschön. Und viele, viele thailändische Produkte beeinflussen oder inspirieren auch europäische Marken ... es ist eine Mischung aus Kulturen, die das Design noch interessanter macht."

Anand ist immer wieder angenehm überrascht von der Mailänder Designwoche, die er als das Davos des Designs bezeichnet. „Jedes Mal, wenn man kommt, sieht man all diese Lifestyle-Marken, die die Entwicklung des Designs vorantreiben", sagte er. Und doch stellt Anand fest, dass Cassina und Poltrona Frau auch bei der Weiterentwicklung dieser Marken ihre unverwechselbare DNA beibehalten. „Das Wichtigste ist, die Wurzeln seiner Marke nicht zu vergessen", sagte er.

Wir beendeten unser Gespräch mit einer Diskussion über Zeit und Erinnerung. „Man kann die Vergangenheit nicht ignorieren, denn die Vergangenheit ist das, was in der Gegenwart geschieht, und sie wird die Zukunft irgendwie beeinflussen", sagte Anand. Er schwärmte von Cassinas Le Corbusier, Pierre Jeanneret und Charlotte Perriand Kollektion, die fast hundert Jahre alt ist – sich aber völlig frisch anfühlt. Ein solches Design sei „zeitlos", sagte Anand. „Wenn man es richtig gestaltet, ist es meiner Meinung nach in seiner eigenen Zeitzone – und es wird ewig halten."

INTERVIEW





Haworth-Showroom im Forum Progetti in Mailand

Die Schnittstelle zwischen Mensch und Raum

„Es muss nicht unbedingt eine kommerzielle Umgebung sein. Man kann ein Restaurant, ein Hotel oder eine Wohnung betreten – selbst jetzt bei Interiors in Motion haben wir Fahrzeuge, Boote, Yachten und Flugzeuge. All diese Umgebungen können ein Haworth-Angebot haben."

Brian Kelly bringt jeden Raum zum Strahlen. Neben seiner Rolle als Geschäftsführer von Haworth für den Nahen Osten und Afrika ist Brian seit kurzem auch Leiter der Abteilung für Immobilien und A&D für Europa, den Nahen Osten und Afrika. In unserem brandneuen Händler-Showroom in Mailand haben wir Brian gefragt, wie sich Haworth verändert hat.

„[Haworth] hat in den letzten 10 bis 15 Jahren einen enormen Markenwandel durchgemacht", sagte Brian – und der ‚Katalysator für diese Entwicklung' waren die Haworth-Lifestyle-Marken. "Die Hinzufügung der Lifestyle-Marken, vor allem hier in Italien, ermöglichte es uns, unser Angebot auf dem Markt zu diversifizieren – aber auch, unsere Marke innerhalb der A&D-Community zu stärken.

„Wir haben ‚We Lead with Design' als einen unserer Kernwerte als Organisation hinzugefügt", sagte Brian, „und seitdem hat die Abteilung für gewerbliche Innenausstattung mit Leuten wie Patricia Urquiola zusammengearbeitet ... Sie schlagen die Brücke zwischen unserer Marke für gewerbliche Innenausstattung und der Marke für Lifestyle-Design." In diesem Sinne haben wir uns sehr gefreut, dieses Jahr in Mailand eine Zusammenarbeit mit Pantone bekannt zu geben. „Pantone – das ist etwas, das wir hier in Mailand sehr gerne vorstellen", sagte Brian. „Dualities [ist] die Brücke zwischen Hell und Dunkel, wo sich das Design wiederum ständig weiterentwickelt."

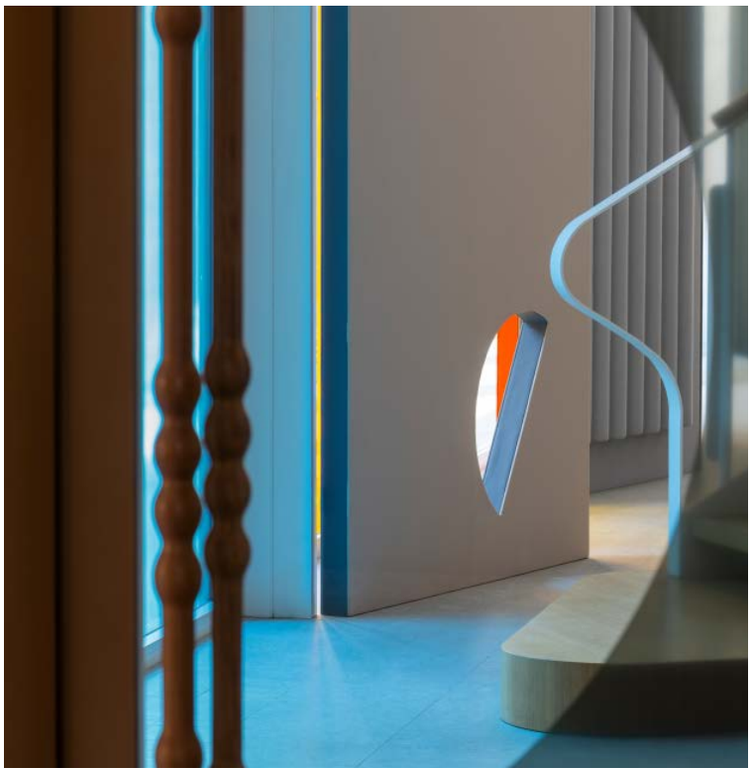
PDie Dualities-Reihe von Pantone wurde nicht nur auf Patricia Urquiolas Uroboros ausgestellt, sondern auch auf den Sesseln der Sonderedition Haworth Cardigan Lounge. „[Haworth Cardigan] ist wunderschön, bequem und wohl das derzeit nachhaltigste Produkt in dieser Kategorie. Bisher war es ein großer Erfolg für uns."

Die Aufwertung von Haworth als designorientierte Marke wird der Design-Community weiterhin Türen öffnen. „Wir haben uns von einem Büromöbelunternehmen zu einem Unternehmen entwickelt, das wirklich die Schnittstelle zwischen Mensch und Raum sein kann", sagt er. „Es muss nicht unbedingt eine kommerzielle Umgebung sein. Man kann ein Restaurant, ein Hotel oder eine Wohnung betreten – selbst jetzt, mit Interiors in Motion, haben wir Fahrzeuge, Boote, Yachten und Flugzeuge. In all diesen Umgebungen kann Haworth etwas anbieten."

Was könnte es noch geben, fragten wir? „Welt-Raum", sagte Brian lachend. „Wenn jemand Möbel auf dem Mond braucht, sind wir zur Stelle!"

Bild vom Ausstellungsraum: Giulia Maretti

LETZTES WORT



Die Reise geht weiter

Die Mailänder Designwoche 2025 war eine Feier des Designs – des Atemberaubenden, des Überraschenden und des Spektakulären. Das Zeitlose wurde aus neuen Blickwinkeln betrachtet. Klassische Materialien wurden neu belebt. Freudige Farben sprengten den Rahmen.

Spark - unser Blog
Sehen Sie sich unsere kuratierten Inhalte zu Wissensthemen am Arbeitsplatz und darüber hinaus an.

Instagram
Folgen Sie uns auf Instagram, um die neuesten Veranstaltungen, Trends und Einblicke zu erhalten.

Tägliche Zusammenfassungen
YIhre tägliche Dosis des Atemberaubenden, Überraschenden und Spektakulären: Erleben Sie die Mailänder Designwoche 2025 noch einmal.

Kreative Köpfe - Designer-Interviews
Hören Sie direkt von Designern, Innovatoren und Visionären in Mailand und darüber hinaus.

Bild: Kvadrat/Matteo Girola