

# Salone del Mobile. Milano

# Das Manifest

saloni

[salonemilano.it](http://salonemilano.it)



Ministero dello Sviluppo Economico

ITA<sup>®</sup>

ITALIA TRADE ASSOCIATION  
ISE - Istituto per lo Sviluppo di Imprese e  
Rivoluzione industriale nel mondo libero



FIERA MILANO

fieramilano

# Emotion

Der Salone del Mobile, der in Mailand verwurzelt ist, will hiermit seine Stärken und Wechselbeziehungen mit der Stadt im Bestreben zusammenfassen, den von beiden eingeleiteten Internationalisierungsprozess umzusetzen und der Design-Gemeinschaft einige gestalterische Aspekte für die nächste Zukunft aufzuzeigen.

Dafür entsteht das erste **Manifest des Salone del Mobile.Milano** als Ausdruck der Zuneigung zur Stadt, eine Absichtserklärung mit dem Ziel, die Kräfte zu leiten, die gemeinsam in Mailand tätig sein können, um die führende Rolle der Veranstaltung und der Stadt zu bewahren und neue Ideen, Projekte und Ressourcen anzuziehen.

*Denn der Salone del Mobile ist nicht nur eine Messe.*

Der Salone del Mobile ist ein System von **Beziehungen, Kreativität und Innovation**. Im Laufe einer Woche begeben sich zu diesem Event in Mailand über dreihunderttausend Personen – Unternehmer, Journalisten, Sammler, Intellektuelle, Kritiker, Designer, Architekten, Kreative, Lehrkräfte, Freunde des Schönen. Sie treffen sich jedes Jahr in der Salone-Woche an einem Ort, der sie mit einer Vielfalt von Gelegenheiten empfängt.

Der Salone ist in erster Linie **eine Emotion**. Er strahlt Positives, Enthusiasmus, Unternehmergeist, und gute Laune aus. Die Firmen, die arbeiten und planen, investieren mit Stolz in dieses Event, das im Mittelpunkt der Welt steht. Die Architekten und Designer konzentrieren ihre Kreativität mit dem Ziel, sie auf dem Salone zum Ausdruck zu bringen. Es ist eine Emotion, ein Projekt zu erstellen, das seinerseits wieder Emotion und Empathie bewirkt. Auch die Organisatoren der Veranstaltung arbeiten ein ganzes Jahr zusammen mit den Firmen, um ihnen den bestmöglichen Schauplatz zu bieten.

Deshalb ist der Salone keine einfache Messe mehr, sondern **eine globale Erfahrung**, die nicht nur die direkt einbezogenen Fachleute und Unternehmer, sondern auch all jene fasziniert, die nichts mit dem Design-*Business* zu tun haben.

Alle wollen auf dem Salone und im Kontakt mit jenen sein, die kreieren, produzieren und kaufen. Firmen, Kreative, *trend hunter*, wollen in Mailand sein, Akteure des Salone del Mobile sein.

So entsteht eine fruchtbringende Kette – Design – Produkt – Qualität – Innovation – Stadt – Wert – die die Einzigartigkeit des Salone del Mobile verkörpert.

Dieser Prozess wird durch einige wesentliche Elemente belebt, die jeweils einen Bestandteil der im neuen Manifest zum Ausdruck gelangenden Vorsätze bilden.

# Unternehmen

Auf dem Salone del Mobile präsentieren über 2.000 Firmen (darunter 30% Auslandsfirmen) ihr Einrichtungsangebot, von den klassischen zu den Design-Modellen. Hinter der Standgestaltung, die sich wie ein Theater darbietet, bei dem jedes Detail sorgfältig ausgeführt ist, verbirgt sich die Arbeit der Fabriken, des nahe gelegenen Produktionsnetzes (mit den Unternehmen der Brianza) und der weiter entfernten Produktionsstätten in den Gebieten von Venetien, der Marken, der Toskana und Apuliens, aber auch die der hervorragenden deutschen, französischen, belgischen, amerikanischen und vieler anderer Hersteller.

Eben dieses Industrienetz, dieses Fabrikssystem, dem kleine und kleinste Handwerksbetriebe zusammen mit großen Unternehmen angehören, schafft die festen Grundlagen für eine erfolgreiche Messe, die zu den besten Herstellern gehörende Auslandsfirmen aufnimmt und die Möglichkeit bietet, der Welt die Exzellenz einer Branche und ihrer kreativen und Produktionsstruktur darzubieten.

Der Erfolg des Salone del Mobile.Milano beruht eben auf diesem Produktionssystem, das seine Basis bildet und aller zwölf Monate die Präsentation von Innovation, Produkt und Prozess ermöglicht. Denn der Erfolg der am Salone teilnehmenden Unternehmen hängt von der ständigen Innovation der Firmen und folglich auch des Salone ab. Innovation der Formen und Konturen, des Markt- und Verkaufskonzepts, Innovation der Kommunikation, Innovation betreiben und zugleich einige Festpunkte der Marke in Zweifel stellen, ohne dennoch die eigene Geschichte zu verleugnen. Das ist eine Pflicht, zu der die am Salone beteiligten Unternehmen heute mehr denn je aufgefordert sind, denn der Wettbewerb ist hart, die Rhythmen sind intensiv und der Markt ist äußerst anspruchsvoll. Nur die ständige Innovation und die Qualität sind dieser globalen Herausforderung gewachsen.

Auch der Salone hat die Pflicht, sich selbst zu erneuern, ohne dabei seine Natur zu verleugnen. Er muss fähig sein, die Modalitäten und Kriterien zu prüfen, die zur Verbesserung des Niveaus und zur Bewahrung seiner Führungsposition hinsichtlich des Messemodells und der Dienstleistungen für den Kunden geeignet sind. Den Ausdruck „so hat man es ja immer gemacht“ gibt es nicht mehr, sondern nur die Verpflichtung, immer besser zu arbeiten und mehr zu machen.

# Qualität

Unter Qualität versteht man heute nachhaltige Qualität. Das bedeutet, dass man alle Faktoren des Produktionsprozesses – vom Entwurf zur industriellen Entwicklung, vom Finanzplan zum Marketingplan und zur Kommunikation, bis zum Kundendienst kontrollieren muss. Nachhaltige Qualität heißt nicht *green* als Selbstzweck, dabei geht es nicht um den Stuhl aus Karton oder den Becher aus Bambusblättern. Nachhaltiges Design heißt, das Unternehmen auf eine neue Art und Weise zu betreiben, indem man das Lebensende der Produkte berücksichtigt, die zwar dank ihrer Rolle als Ikonen ewig existieren, aber auch die Möglichkeit einer Wiederverwendung bieten müssen.

Das ist ein Design, das zunehmend den Prinzipien der Kreislaufwirtschaft gerecht wird und der Umwelt mehr Rechnung trägt, das den Gegenstand nicht nur als Gebrauchsobjekt versteht und auch die Prozesse der gemeinsamen Nutzung und Wiederverwendung begünstigt. Design 'machen' heißt, dass man heute schon an morgen, an seine Nachhaltigkeit, denken muss und das nicht nur hinsichtlich der Beziehung zu den verwendeten Materialien, sondern auch in Bezug auf die gewählten Produktionsprozesse, indem man in erster Linie allseitig anerkannte, zertifizierte Qualitätsnormen anwendet und vor allen Dingen davon ausgeht, dass ein Design auf Langzeit geschaffen wird.

Nachhaltigkeit und die dem Design eigene Qualität werden im Mittelpunkt der nächsten Internationalen Triennale stehen, aber der Salone befasst sich bereits jetzt mit der Beziehung zwischen Natur und Wohnen im Rahmen einer Ausstellung und Installation, die sich im Herzen der Stadt befinden und zu Erwägungen über das Wohnen von morgen und die Art und Weise anregt, auf die die Innenraumgestaltung in Beziehung zur Natur des Raums im Freien tritt.

# Projekt

Die Designer und Architekten, die zusammen mit den Unternehmen die Hauptakteure des Erfolgs des Wohnungseinrichtungssystems sind, verdanken ihre Bekanntheit auch zum Teil dem Salone und Mailand als Industriestadt, die sie aufgenommen und an ihre kreative Fähigkeit geglaubt hat.

Nach ihrem Start mit Projekten auf dem Salone del Mobile erlangten sie Preise des „Compasso d'Oro“ für ihr Design von Alltagsobjekten und heute sind sie Autoren mehrmals prämierter architektonischer Werke, die sich in Dubai, New York, Peking, London, Sidney, Tokio, Chicago und anderen Städten weltweit befinden. Kreative aus aller Welt kommen nach Mailand, wo der Besuch des Salone für sie fast als ein 'Must' gilt, um andere zu treffen, um zu forschen und die verdiente Anerkennung für die geleistete Arbeit zu erhalten oder auch die Grundlagen für Zukunftsprojekte zu schaffen.

Die Aufforderung des Salone für Mailand richtet sich heute an seine Meister, an die Architekten und Designer, die zum Erfolg der Veranstaltung, zum Wachstum der Marken und zur Entwicklung der Stadt beigetragen haben. Nun ist es für den Salone und Mailand Zeit, sich als Team, in dem jeder seine Rolle übernimmt, nicht nur für die Gestaltung physischer Architekturen für die Stadt oder neuer Einrichtungen zu engagieren, die auf dem Salone zur Schau gestellt werden sollen, sondern auch neue Modelle für die Erstellung von Design und Architektur, eine neue Denk- und Gestaltungsweise zu realisieren.

Gemeint ist ein Design, das über die Dinge hinausgeht, auf die Personen und auf die Erfordernisse einer Welt ausgerichtet ist, die sich weiterentwickelt und neue Zeichen, aber auch Schönheit und Emotion in den alltäglichen Kleinigkeiten sucht. Lassen wir Mailand weiterhin mit schönen, neuen, zukunftsweisenden architektonischen Werken, aber auch mit der Umgestaltung historischer Gebäude wachsen. Setzen wir uns gemeinsam für die Schaffung eines immer schöneren und freundlicheren Stadtmodells ein, das nicht nur während des Salone del Mobile existiert.

# System

Vernetzung heißt in erster Linie Inklusion von Kulturen. Zum Salone kommen Besucher aus über 160 Ländern. Aber das heißt auch Inklusion von Räumen und Erfahrungen sowie von neuen Formen der Aufnahme und des Empfangs, denn der Salone breitet sich in der Stadt aus, ist im Zentrum und in den Peripherien.

„Share“ ist in diesem historischen Moment zweifellos eines der am häufigsten ausgesprochenen, aber auch missbrauchten Worte, aber für den Salone beginnt diese Gemeinsamkeit beim Dialog mit der Stadt. Es gibt kein Mailand ohne Salone und es kann keinen Salone del Mobile ohne Mailand geben. In der Design-Woche finden die großen internationalen Unternehmensgruppen verschiedener Branchen, von der Informatik zur Technologie und zur Lebensmittelindustrie, Platz für ihre Präsentation. All diese Unternehmen kommen in dieser Zeit nach Mailand eben wegen dieses Geistes der Gemeinsamkeit, der sie prägt. In dieser Woche entsteht ein Netz zwischen Kommunikation, Industrie und Kreativität, dank dem in einem einzigartigen Raum und einem einzigartigen Moment einzigartige Verbindungen entstehen.

Die internationalen Unternehmen kommen nach Mailand, um ihre Produkte während des Salone del Mobile zu präsentieren, denn hier und nur hier finden sie ihre Bezugszielgruppen, die Ansprechpartner, die für sie andernfalls unerreichbar wären.

Ideen, Erfordernisse, Erfahrungen, reale Kontakte miteinander teilen, sich vernetzen, um alle gemeinsam zu wachsen, heißt einen fruchtbringenden Weg gestalten, auf dem sich die jeweiligen Kompetenzen, Besonderheiten und Fähigkeiten gegenseitig stärken, um die daraus erwachsenden positiven Wirkungen für das Event und die Stadt zu vervielfachen. Und... nach dem Salone können sich Synergien herausbilden, die die Voraussetzungen schaffen, damit sich diese bedeutenden Marken des Weltwirtschaftssystems mit Projekten und Ressourcen in Mailand niederlassen. Ziel ist es, die Zentripetalkraft des Salone zu optimieren, damit die Investitionen Mailand zugewendet werden, die andernfalls anderswo verloren gehen würden.

Gemeinsamkeit bedeutet Räume und Flächen gemeinsam zu benutzen, damit der Salone zunehmend zum Salone der Stadt wird, übereinstimmende Gedanken miteinander zu teilen, um die Qualität der Gesamtheit zu erhöhen.

# Jugend

Der Salone del Mobile fördert seit über zwanzig Jahren junge Kreative auf dem SaloneSatellite, der eine Art Sprungbrett für Talente aus aller Welt ist, die hier ihre Kreationen, Prototypen dessen präsentieren, was ihnen Zugang zur Welt des Designs schaffen kann. Und oft gelingt es ihnen auch. Hier finden sie die geeigneten Unternehmen für die Realisierung ihrer kreativen Projekte. Andererseits finden die Unternehmen dank ihnen die Lebensader für die Erneuerung des Designs ihrer Produkte. Denn eben auf dem Salone del Mobile treffen Nachfrage und Angebot im Rahmen eines geschäftlichen, kreativen und kulturellen Austauschs zusammen.

Mailand ist mit seinen Design-Schulen und Universitäten zugleich auch ein bedeutendes internationales Bildungszentrum. Die jungen Leute studieren in Mailand, weil sie hier einige der besten, öffentlichen oder privaten Universitäten der Welt finden.

Sie kommen aus ganz Italien oder aus aller Welt, weil Mailand eine Bildungsplattform ist, die exportierbares Wissen zu schaffen in der Lage ist.

Wenn diese jungen Leute in ihr Ursprungsland zurückkehren oder sich irgendwo in der Welt niederlassen, nehmen sie die kulturellen Grundlagen, Umgangsformen und Stile mit, die sie in Mailand kennengelernt haben. Mailand ist eine Art und Weise des Seins – tüchtig, konkret, aufrichtig, dynamisch. .

# Kommunikation

Mailand ist die Stadt des Verlagswesens. Die bedeutenden nationalen Zeitungen und Zeitschriften erscheinen seit eh und je hier und das gilt auch für die Design- und Mode-Verlage. Der Salone ist Anziehungspunkt für über 5.000 Journalisten aus aller Welt. Agenturen, Kreative und Grafiker bilden das integrierte Kommunikationssystem und eine große Gemeinschaft, die sich für die Zeit einer Woche in Bewegung setzt und mit allen Informationsmitteln die Geschichte des Salone verbreitet. Das ist eine Gemeinschaft, die in den letzten Jahren durch die Digitalwelt, der der Salone große Aufmerksamkeit widmet, und neue Gestaltungskonzepte bereichert wurde. Ziel ist es, mit diesen neuen Kommunikationsmitteln neue Entwicklungsmöglichkeiten und die Fähigkeit zu einer noch weitreichenderen Verbreitung der Informationen zu erlangen und dabei Schranken und Grenzen zu überwinden.

# Kultur

Der Salone del Mobile ist ein hervorragender Moment für die Verbreitung der Design-Kultur, aber nicht nur dafür. Die Geschichte verschmilzt mit dem Zeitgenössischen, das kulturelle und künstlerische Vermögen inspiriert die Kreativität von morgen. Das ist ein Anlass, bei dem sich verschiedene Ausdrucksformen begegnen, sich miteinander vermischen und somit Events und Darbietungen von höchstem Niveau ins Leben rufen. Und es ist auch eine Gelegenheit, um das immense Kulturgut der Stadt Mailand - das Teatro alla Scala, die städtischen Museen, Palazzo Reale, die Pinakothek Brera, die Museen der Unternehmen und die zu Museen gewordenen Häuser, vor allen Dingen aber die Triennale – voll und ganz zu erleben und zur Geltung kommen zu lassen. Insgesamt bilden sie zusammen mit den kreativen Ausdrucksformen des Designs einen zu entdeckenden und wiederzuentdeckenden Reichtum.

Es ist Zeit, die Triennale zum eigentlichen Ort des Designs und der Architektur, zum Museum werden zu lassen, das die Geschichte vieler Geschichten, Personen, Gegenstände, Unternehmen, Ereignisse erzählt. Das ist ein Museum, das es noch nicht gibt, aber das Mailand haben muss.

# Mailand im Mittelpunkt

Mailand ist die Stadt, mit der sich viele Metropolen der Welt vergleichen. Es ist eine internationale Stadt, ein neues Modell. Mailand umfasst heute verschiedene Dimensionen und zahlreiche Arten des Seins, denn diese durch Dynamik geprägte Stadt ist weltorientiert und der Welt gegenüber aufgeschlossen.

Mailand ist wieder die moralische Hauptstadt eines schönen und kulturell reichen Landes wie Italien, die es in diesen Jahren verstanden hat, ihren kosmopolitischen Charakter ins Licht zu rücken, der über den Fleiß hinausgeht, welcher ihren Einwohnern seit eh und je zugestanden wird. Mailand ist heute „das große Mailand“. Mit seiner obgleich kleinen geographischen Dimension gelingt es dieser Stadt, so wie die großen Metropolen der Welt einige Spitzenkompetenzen in sich zu konzentrieren, die ihre Triebkraft bilden.

Das ist die Version 4.0 des Milano da bere, jenes Mailands, in dem alle a place to be sein wollen - wie die damalige Werbekampagne der Gemeinde besagte - das aber tatsächlich ein Ort ist, an dem die Dinge Gestalt annehmen und kommuniziert werden.

Die neue Toponomastik der Stadt hat die Perspektiven der Personen und die Personenströme geändert. Es gibt nicht mehr nur ein Zentrum als Knotenpunkt, sondern mehrere Gebiete, es gibt das Historische und das Neue.

Dem Ausstellungsort des Salone del Mobile kommt ein konkreter Wert in der Beziehung zwischen der Messe und der Stadt zu. Das von Massimiliano Fuksas geplante Messegelände verkörperte eine Herausforderung für die Skeptischsten, die vor zehn Jahren die Entscheidung kritisierten, die Messehallen nach Rho zu verlagern. Der Salone del Mobile hat diese Herausforderung gewonnen. Dank der Verbindung zum Herzen der Stadt mittels einer effizienten, praktischen U-Bahn und mit dem Hochgeschwindigkeitszug, mit dem man Turin in 50 Minuten, Bologna in 60 Minuten und Florenz in 100 Minuten erreicht, ist der Salone der Mittelpunkt der Design-Stadt.

Eine Woche lang wird die Geografie der Stadt mit einem anderen Gleichgewicht neugestaltet, werden normalerweise verlassene oder kaum besuchte Stadtgebiete zu Schauplätzen, Experimentier- und Kreativitätswerkstätten. Das ist der „erweiterte Salone“, die Weiterentwicklung des Konzepts des Fuorisalone.

In der Design-Woche, dem Trumpf von Mailand, ist der eigentliche Anziehungspunkt für das Publikum und die Business-Welt natürlich der Salone del Mobile. Dank der Konzentration von opinion leaders hat sich mit der Spontaneität und Großzügigkeit einer der Inklusion gegenüber aufgeschlossenen Stadt wie Mailand der Fuorisalone, das heißt all das herausgebildet, was außerhalb des Messegeländes geschieht.

Über dieses Konzept des Fuorisalone hinaus verwandelt der Salone die Stadt in einen nahtlosen Raum, der für viele Erfahrungen, Momente der Begegnung und Gemeinsamkeit zur Verfügung steht.

Die zentrale Rolle des Salone im Verhältnis zur Geografie Mailands soll ein virtuos Beispiel und ein machbares Modell für die Neugestaltung des ehemaligen Expo-Geländes sein, damit auch diesem Stadtbereich eine zentrale und attraktive Rolle verliehen wird.