

Mailand zwischen Heimat, Mehr-Wert und grünem Bewusstsein

Milan between home country, added value and a green consciousness

Text: Claudia Traulich für Bausch Decor

Fotos: Bausch Decor, Boffi, Cosmit,
De La Espada, EOOS/bulthaup,
Riva 1920, Valcucine

Der diesjährige Salone del Mobile in Mailand war mit 348.000 Besuchern und davon allein 210.000 internationalen Gästen ein großer Erfolg. Das besonders hohe außereuropäische Interesse am Design belegt eindrücklich den globalen Optimismus der Branche. Darauf hatten sich die trendgebenden Aussteller der Messe schon im Vorfeld eingestellt. Denn sie dachten voraus: rund um Internationalisierung, Globalisierung, Klimawandel und deren Auswirkungen. Drei Trends aus diesem Umfeld haben Einflüsse auf Dekor, Farbe und vor allem auf die Oberfläche.

This year's Salone del Mobile in Milan was a great success, attracting 348,000 visitors, 210,000 of these being international guests. The especially high level of interest from outside Europe is impressive proof of the global optimism within the branch. The trend-setting trade fair exhibitors had already braced themselves for this in advance. They thought ahead: everything connected with internationalisation, globalisation, climate change and their effects. Three trends from the environment have influences on the decoration, colour and above all, the surface.



*Boffi zeigte in Mailand Küchen mit einer neuen Interpretation des Minimalismus.
Boffi exhibited kitchens in Milan with a new interpretation of minimalism.*

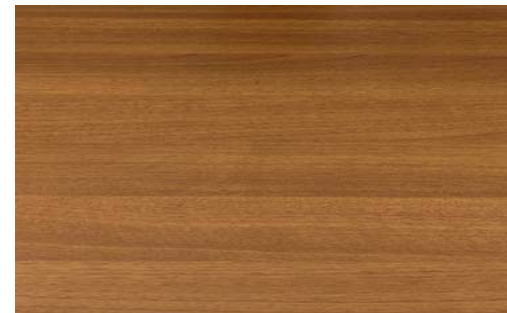


*Farbe und Struktur geben „Memphis Wood“ seinen markanten Charakter.
“Memphis wood” gains its striking character from its colour and structure.*

Auf der Suche nach Identität Searching for an identity

Als Gegentrend zur Globalisierung kommt vermehrt der Wunsch nach Orientierung und Identität. Man spricht sogar wieder das altmodische Wort „Heimat“ aus. Eine Stimmung, die sich durch alle Bereiche der Konsumgesellschaft zieht. Denn die Generation iPod ist auf der Suche nach emotionaler Identität. Boffi präsentierte auf dem Salone del Mobile eine neue Interpretation des Minimalismus an den Grenzen des internationalen Stils: Hightech-Design in Verbindung mit nach Arts and Crafts anmutenden Elementen. Und auch die bulthaup-Küche b2 des Wiener Designbüros EOOS feiert optisch die handwerkliche Kunst und macht die Küche zur identitätsstiftenden „Küchenwerkstatt“. ▷

There is an increasing desire for orientation and identity as a counter-trend to globalisation. One even uses the old-fashioned word “home country”. A mood, which passes through all areas of consumer society as the iPod Generation is searching for emotional identity. At the Salone del Mobile, Boffi presented a new interpretation of minimalism on the border to an international style: high-tech design in connection with elements, which take on an Arts and Crafts appearance. The bulthaup kitchen b2 from the Viennese design office EOOS optically celebrates skilled art, turning the kitchen into an identity-endowing “kitchen workshop”. ▷



*Der ruhige Nussbaum „Noce Sorento“ ermöglicht einen Nuancenreichtum der Farbtöne.
The calm nutwood “Noce Sorento” provides an abundance of colour shade nuances.*

*Für bulthaup wird die Küche zur Werkstatt.
bulthaup turns the kitchen into a workshop.*



*Auch beim Bad erfüllt Boffi den Wunsch nach mehr Identität.
Boffi also fulfils the desire for a greater identity in the bathroom.*





De La Espada setzte in Mailand voll auf handwerkliche Qualität und edelste Materialien.

In Milan, De La Espada fully relies on craftsman quality and the noblest materials.



Das Ebenholz „Ebony Shanty“ wirkt durch die dunkle Farbe und die horizontale Oberflächentextur extrem wertvoll.

The dark colour and horizontal surface texture of the ebony wood “Ebony Shanty” provides it with an extremely valuable appearance.

Auf der Suche nach dem Mehr-Wert

Searching for the added value

In einer Zeit, in der vieles – selbst Premiumprodukte – als gesichtslose Massenware erscheint, sind Konsumenten auf der Suche nach Individualität. Das wirklich Wertvolle wird durch edle Materialien und die besondere Form erreicht. De La Espada zeigte auf dem Salone del Mobile Möbelentwürfe, die höchste handwerkliche Qualität und beste Materialien mit gehobenem Lifestyle vereinen. Jedes einzelne Möbel wirkt wie ein Unikat.

In a time in which – even premium products – appear as featureless off-the-shelf articles, consumers are searching for individuality. That which is really valuable is achieved with noble materials and the special form. De La Espada exhibited furniture designs at the Salone del Mobile, which combine the highest level of craftsman quality and the best materials with a sophisticated lifestyle. Each item of furniture is unique.

Für De La Espada gilt die Rechnung: Das wirklich Wertvolle ist die Summe aus edlen Materialien und der besonderen Form.

As far as De La Espada is concerned, the calculation is: That which is really valuable is the sum of noble materials and the special form.



Wie „Ebony Makassar“ zeigt, können Exotenbölzer auch in hellen Farben ihre volle Wertigkeit entfalten.

As is proven by ebony macassar, exotic woods can also unfurl their full valency in light colours.





„Rosso Bilbao“ in heller Travertin-Farbe lässt prägnanten Hölzern den Vortritt.
"Rosso Bilbao" in a light Travertine colour gives incisive wood to the advantage.



Viva il verde!, hieß es auf dem dies-jährigen Salone del Mobile in Mailand.

Viva il verde! is the slogan at this year's Salone del Mobile in Milan.

Auf der Suche nach dem grünen Bewusstsein Searching for a green consciousness

Bio war gestern. Heute ist grünes Bewusstsein in. Nachhaltigkeit ist chic, politisch korrekt und schließt Konsum und Lifestyle nicht aus. Unter dem Motto „Viva il verde! Go green!“ gab sich der diesjährige Salone del Mobile ökologisch. Valcucine demonstrierte, wie grün eine Küche sein kann, und Riva 1920 unterstrich den Trend mit ursprünglichen Möbeln aus natürlichen Materialien. ▷

Bio was yesterday. Today is a green consciousness in. Sustainability is chic, politically correct and does not exclude consumption and lifestyle. True to the motto "Viva il verde! Go green!", this year's Salone del Mobile presented itself ecologically. Valcucine demonstrated how green a kitchen can be and Riva 1920 underlined the trend with original furniture made of natural materials. ▷



„Oregon Pine“ in der natürlichen Anmutung südlicher Hölzer.

"Oregon Pine" in the natural impression of southern wood types.

Nicht nur die Farbe ist grün. Valcucine integriert Material, Funktion und Farbe zum grünen Bewusstsein.

Not only the colour is green. Valcucine integrates material, function and colour to form a green consciousness.

Riva 1920 zeigte in Mailand ursprünglichen Purismus.

Riva 1920 displayed original purism in Milan.



„Oberflächliche“ Betrachtungen zum Salone del Mobile

Die eigentliche Herausforderung der Umsetzung der Mailänder Trends wird die Oberfläche sein, die in Verbindung mit der Farbe mehr und mehr über den Erfolg eines Designs entscheidet. Es muss uns gelingen, die Stimmungen von Identität, Individualität, Wertigkeit und grünem Bewusstsein auf die Oberfläche zu übertragen. Ob Hochglanz mit extrem glatter Oberfläche, reliefartig ausgearbeitete oder authentische Strukturen mit Synchronporen – Haptik steht für Echtheit und Wertigkeit. Bei den Farben wogt die minimalistische Schwarz-Weiß-Grau-Welle weiter, die teilweise auch vor den Fußböden nicht haltmacht. Aber auch die Kombination mit edlen Hölzern nimmt wieder zu. Nussbaum war in Mailand häufig zu sehen. Im Gegensatz zum Vorjahr war er nicht mehr so rustikal und hatte auch keine Splintanteile oder Äste mehr. Vielmehr zeigte er sich mit geradlinigen und reduzierten Blumenanteilen, geplankt und dennoch mit Allover-Wirkung. Der Noce ersetzte den kaum gezeigten Kirschbaum und das begründet wohl auch den enormen Nuancenreichtum der Farbtöne von Creme bis Mittelbraun bis hin zu Teak- und Honigfarben. Eiche zeigte sich in ähnlichem Aufbau wie der Nussbaum in eleganter Allover-Wirkung und ohne Astanteil. Die Farbpalette ging von Hellbeige ohne Gelbanteil bis hin zu Honigfarben und Schokobraun oder Dunkelanthrazit.

In ruhiger Ausführung, ohne Astanteile und mit minimalem Blumenanteil präsentierte sich die Pinie. Sie war in großer Farbvielfalt zu sehen – fast immer gebürstet und oftmals quer eingesetzt. Hauptsächlich diente die Pinie als Träger für die Kombination von Struktur und Farbe, das Holz war in diesem Fall eher zweitrangig. Die Farbpalette reichte von Weiß, Hellbeige, Mittelbraun, Goldgelb, Rotbraun, Rotviolett bis hin zu Anthrazitgraubraun. Makassar und Ebenholz sah man gestreift und ruhig in Hochglanz oder bewusst mit horizontaler Oberflächentextur. Exotenhölzer wurden auch farblich hell, natürlich und häufig im Quereinsatz gezeigt. Teak war nur noch sporadisch zu sehen genauso wie Olive. Palisander wurde sehr lebhaft und extrovertiert dargestellt. Bei den Steinen blieb Carrara Marmor traditionell ein großes Thema in Italien. Passend zum Schwarz-Weiß-Trend dominierten semimatte, fast wachsartige Oberflächen in Weißgrau bis hin zu Hellbeige. Travertin wurde ruhig und homogen auf Arbeitsplatten und Tischen eingesetzt und Botticino Classico sowie großstrukturierte Marmorarten wie Marmor Acceglio wurden in Altweiß, Nougat- und Schokofarben gezeigt. □

“Scratching the surface” of the Salone del Mobile

The real challenge facing the implementation of the Milan trend will be the surface, which increasingly decides on the success of a design, together with the colour. We must succeed in transferring the mood of identity, individuality, perceived value and a green consciousness to the surface. No matter with high-gloss with an extremely smooth surface, relief-type finished or authentic structures with synchronous pores – haptic is a sign of authenticity and a perceived value. The colour emphasis continued to be in the minimalist black-white-grey wave, which in some cases did not even stop at the floors. The combination with exotic woods is also on the increase. Nutwood was often to be seen in Milan. Contrary to the previous year, it was not as rustic and no longer included any sapwood or branch shares. On the contrary, it presented itself with a linear and reduced flower share, planked, but still with an all over effect. The nut replaced the cherrywood, which is hardly displayed and this is also the reason for the enormous abundance of nuances of the colour shades from cream to medium brown right up to teak and honey colours. Oak was presented in a similar design as the nutwood with an elegant all over effect and without any branch shares. The range of colours extended from light beige without any yellow to honey coloured and chocolate brown or dark anthracite.

The pinewood presented itself in a quiet design without any branch shares and with a minimum flower share. It could be seen in a great diversity of colours – almost always brushed and often inserted crosswise. Pinewood mainly served as a support for the structure and colour combination, the wood took a back chair in this case. The colour range reached from white, light beige, medium brown, a golden yellow, red-brown, red-violet to anthracite grey-brown. Makassar and ebony was presented in a striped design and quiet in high-gloss or conscientiously with an horizontal surface structure. Exotic woods were often shown in crosswise use. Teak only put in a sporadic appearance as did olive. Palisander was presented in a very lively and extroverted manner. As far as stone was concerned, Carrara marble is traditionally an important subject in Italy. Semi-matt, almost wax-like surfaces in white-grey to light beige dominated in keeping with the black and white trend. Travertine was used on worktops and tables in a quiet and homogenous manner and Botticino Classico and large-structured forms of marble and Acceglio marble were exhibited in the colours old white, nougat and chocolate. □