

Zeitschrift: Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design
Band: 14 (2001)
Heft: 4

Artikel: Enzo Mari, Armani und die Roten Brigaden : italienisches Design wird 40 Jahre : Interview mit Luigi Settembrini
Autor: Imwinkelried, Rita
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-121606>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

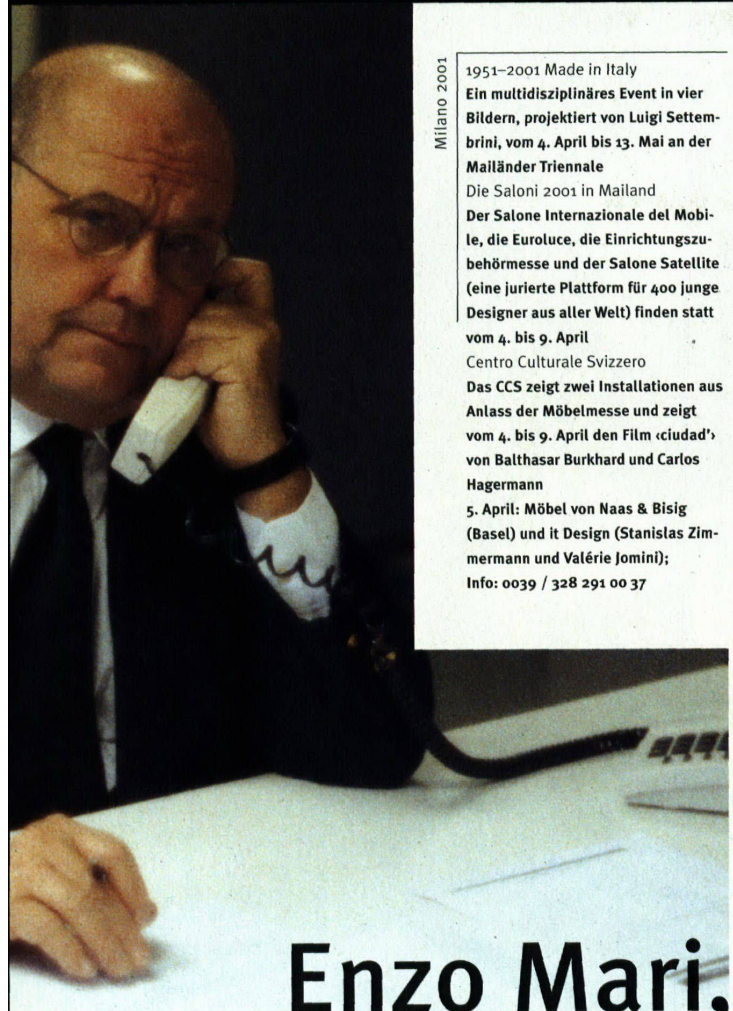
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 08.11.2024

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>



Milano 2001
 1951–2001 Made in Italy
Ein multidisziplinäres Event in vier Bildern, projiziert von Luigi Settembrini, vom 4. April bis 13. Mai an der Mailänder Triennale
 Die Saloni 2001 in Mailand
Der Salone Internazionale del Mobile, die EuroLuce, die Einrichtungszubehörmesse und der Salone Satellite (eine jurierte Plattform für 400 junge Designer aus aller Welt) finden statt vom 4. bis 9. April
 Centro Culturale Svizzero
Das CCS zeigt zwei Installationen aus Anlass der Möbelmesse und zeigt vom 4. bis 9. April den Film «ciudad» von Balthasar Burkhard und Carlos Hagermann
5. April: Möbel von Naas & Bisig (Basel) und it Design (Stanislas Zimmermann und Valérie Jomini);
 Info: 0039 / 328 291 00 37

Enzo Mari, Armani und die Roten Brigaden

Während dem Möbelsalon in Mailand wird im Palazzo della Triennale 40 Jahre Design und 50 Jahre Mode – beides made in Italy – gefeiert. Kulturmanager Luigi Settembrini hat dazu eine Ausstellung erdacht. Realisieren lässt er sie von zwei Theaterregisseuren, einem Kunstkritiker, einem DJ, von Gae Aulenti, Oliviero Toscani und dem nonkonformistischen Gestalter Gaetano Pesce.

Luigi Settembrini, was liegt Ihnen näher: Design oder Mode?

Keines von beiden. Mich interessiert der Kurzschluss, der zwischen den verschiedenen Ausdrucksarten der zeitgenössischen Kultur entsteht, ich suche nach Kontaminationen und Einflussnahmen. Ich bin überzeugt, dass alles zusammenhängt und, dass ein bestimmtes Design ohne eine bestimmte Mode oder eine bestimmte Architektur ohne ganz bestimmte Filme nicht existieren würden. Alles beeinflusst sich gegenseitig. Ich möchte das Interesse für die Verflechtungen und Grenzüberschreitungen zwischen den diversen Ausdrucksweisen fördern.

Wollten auch Sie Grenzen überschreiten, als Sie Theaterregisseure, einen DJ, einen Kunstkritiker oder einen Fotografen eingeladen haben, eine Jubiläumsfeier über Design und Mode zu realisieren?

Sicher, denn es interessiert mich nicht, eine herkömmliche Design- oder Mo-

deausstellung zu organisieren. Gutes Design ist ohnehin nicht auf sich selbst bezogen, sondern es ist das Produkt von verschiedensten Inputs, Anregungen und gesellschaftlichen Vorkommnissen. Das hat die Trägerschaft des Möbelsalons begriffen. Ebenfalls begriffen hat sie, und das ist ihr hoch anzurechnen, dass der Möbelsalon ausser einer Verkaufsmesse auch ein bedeutender kultureller Anlass ist. Deshalb möchte sie die 40 Jahre Design und 50 Jahre Mode nicht wie eine übliche Gedenkfeier zelebrieren. Gedenkfeiern finden ohnehin statt, wenn das zur Diskussion stehende Objekt bereits tot oder zumindest überholt ist. In unserer Ausstellung gibt es fünf verschiedene «Bilder» oder Situationen zum Thema Design/Mode.

Zum Einstieg hat der Kunstkritiker Achille Bonito Oliva sechs Installationen von ausländischen Künstlern ausgesucht, für die die italienische Kultur, Natur oder Gesellschaft Inspirationsquelle ist. Danach kommt das «Bild» Memoria (Erinnerung), indem Luca Ronconi und Gae Aulenti 40 Jahre Design und 50 Jahre Mode vermischt mit Episoden aus den Zeitgeschehnissen darstellen. Man kann hier Armani, Designstücke, den Fiat 500 sehen, jedoch auch die Attentate der Roten Brigaden in den Siebzigerjahren.

Was haben die Roten Brigaden mit dem «made in Italy» zu tun?

Ohne die Roten Brigaden hätte es in den Siebzigerjahren die rationale Mode eines Armani oder einen Enzo Mari mit seinem Handbuch fürs private Möbelherstellen nicht gegeben. Und ohne die Siebzigerjahre hätte es keinen Ettore Sottsass und den Grünton der Designgruppe Memphis nicht gegeben. Denn nach den bleiernen Siebzigern wollten die Leute wieder Farbe, sie wollten Geld ausgeben, sich neu einrichten und neu einkleiden. Im Design wurde wieder mehr am Erscheinungsbild als an der Rationalisierung der Konzepte gearbeitet. Wir möchten mit unserer Ausstellung dieses ganze System von Zeichen und Erscheinungsbildern andeuten.

Und was bedeutet das nächste Bild «Brockenhaus»?

«Brockenhaus», abgeleitet von «Bauhaus», ist eine Provokation vom Fotografen Oliviero Toscani. Kleider und Designobjekte sind achtlos angehäuft, als wäre es altmodischer, verstaubter Plunder. Das bedeutet, dass Kleider und Designstücke, welche heute den Lifestyle ausmachen, morgen auf dem Estrich oder in der Brockenstube landen. Gleichzeitig verwandeln sie sich in Erinnerungsstücke und werden eine Brücke für die Zukunft.

Wo genau liegt die Provokation?

Der Möbelsalon und diese Ausstellung werden ausschliesslich von den privaten Unternehmen des Sektors finanziert. Es ist keineswegs selbstverständlich, dass die Damen und Herren, die ihre Ware am Möbelsalon feilbieten, gleichzeitig eine Ausstellung finanzieren, wo die Vergänglichkeit dieser Ware, und damit ihre Entmythisierung zelebriert wird.

Hat Design heute nicht eine andere Funktion als vor 40 Jahren? Damals galt es, eine dynamischere und lockerere Wohnkultur zu erfinden, heute geht es vor allem darum, den Markt in Gang zu halten.

Das italienische Design hatte das Glück, sich bis spät in die Siebzigerjahre hinein ohne Marktstrategien entfalten zu können. Gestalter und Produzenten waren gleicherweise Erfinder und Entdecker einer neuen Wohnkultur. Oft verkauften sie ihre Objekte nicht, heute sind sie jedoch in Museen oder bei Sammlern zu finden. Heute erlaubt die Marktpolitik solche Dinge nicht mehr.

Erzählen Sie etwas über das Bild «Geschmack» (sapore)

Es ist sehr bizarr, eine Hommage an die italienische Küche, jedoch ohne einen einzigen Koch. Gaetano Pesce realisierte mit einer Installation die Metapher einer Küche und der DJ Andrea Pezzi lässt 20 italienische Persönlichkeiten, etwa del Piero und Andreotti, Stichworte aus unserer Küche wie «Spaghetti», «Risotto», «Pizza», «Parmesan» usw. kommentieren. Das ganze ist auf Bildschirmen in der Kücheninstallation zu sehen. Auch die Gastronomie ist ein Teil des «made in Italy». Und ich bin überzeugt, dass es ohne die Spaghetti nicht dasselbe Design geben würde.

Weshalb haben Sie Gaetano Pesce mit der Metapher einer Küche beauftragt? Hätte eine Küche von Driade nicht funktioniert?

Für eine Küche von Driade hätten wir einen Koch gebraucht. Doch die italienische Gastronomie ist nicht das Werk von grossen Köchen, im Gegenteil, es ist eine volkstümliche, amüsante, einfache und sinnesfreudige Küche. Sie widerspiegelt die Lebenshaltung, die die Umstände in unserem Land erfordern, sehr gut: Willst du nicht verzaugen, musst du das Leben leicht und von seiner amüsanten Seite nehmen. Nun, wir möchten in dieser Ausstellung Eindrücke über unser Land vermitteln, die vergnügen und zum Denken anregen.

Interview: Rita Imwinkelried