

"Das Ungewöhnliche ist für uns alltäglich"

Kurier/Beilage | Seite D2 | 15. April 2017
Auflage: 208.622 | Reichweite: 589.000

Design Days Grafenegg

SERVICE

DESIGN DAYS
ENTGELTLICHE BEILAGESamstag
15. April 2017

2

„Das Ungewöhnliche ist für uns alltäglich“

Exklusiv. CEO Roberto Moroso über Design, Österreich und den Plan eines Museums



SOPHIE KIRCHNER (2)



Moroso ist bei den Design Days in Schloss Grafenegg dabei. Grund genug, Roberto Moroso um ein Interview zu bitten.

Worauf darf sich der Besucher freuen?

Roberto Moroso: Wir sind im Outdoor-Bereich vertreten, daher werden wir Stücke aus den aktuellen Outdoor-Kollektionen wie Tropicalia und M'Afrique zeigen. Für Letztere lassen wir die Möbel in Senegal produzieren. Sie sind sehr hochwertig, alles reine Handarbeit. Es wird auf jeden Fall sehr farbenfroh.

Wie wichtig ist der Outdoor-Bereich für Moroso?

Wir haben klein angefangen. Unsere Stärke liegt in den Materialien für Bezüge. Wir haben derzeit drei Kataloge, einer davon widmet sich komplett dem Thema Outdoor. Für uns ist das ein immer stärker werdendes Segment, zusätzlich zu unserem Hauptaufgaben-Gebiet. Mir ist es wichtig, dass Indoor und

„Mit unseren Kreationen wollen wir die andere Seite des Mondes zeigen.“

Roberto Moroso
CEO

Outdoor dasselbe Qualitätsniveau haben.

Wie hoch ist der Prozentsatz bei Moroso zwischen Outdoor und Indoor?

Das ist schwer zu sagen, ich würde sagen, er liegt bei 10–15 Prozent.

Sie erwähnten zuvor die Farbvielfalt bei Moroso. Halten Sie sich an Farbvorgaben der Farbinstitute wie Pantone mit Greenery oder Niagara?

Nein, wir haben unsere eigenen Farben, die von meiner Schwester Patrizia Moroso, unserer Artdirektorin, vorgegeben werden. Außerdem sind bei Moroso-Möbeln meist mehrere Farbkombinationen im Spiel.

Welchen Stellenwert hat der österreichische Markt für Sie?

Der österreichische Markt ist klein, aber sehr wichtig. Wir sind nicht nur Nachbarn, wie sind Freunde. Am Anfang unserer Firmengeschichte war Österreich das erste Land, mit dem wir geschäftliche Beziehungen eingegangen sind. Das war in den 70er-, 80er-Jahren. Danach haben wir in die ganze Welt exportiert. In Österreich haben wir mittlerweile 25 Geschäftspartner. Österreich ist auch immer ein guter Trend-Barometer für uns. Hier gibt es viele verschiedene Stile: Klassisch, traditionell, innovativ und modern.

Kennen Sie auch österreichische Designer?

Ja, natürlich! Auch durch unsere zahlreichen Kooperationen. Ich schätze Martin Mostböck von COOP HIMMEL(L)AU. Er hat den Flaxx Chair für uns gemacht. Dann das Design-Trio Numen/ForUse. Und in Deutschland kenne ich u. a. Sebastian

Herkner, Werner Aisslinger und Stefan Diez sehr gut.

Wie wird die Auswahl der Designer getroffen?

Wir arbeiten mit vielen Designern und Architekten an zahlreichen Projekten. Das müssen dann nicht unbedingt Möbelstücke sein, es sind die unterschiedlichen Konzepte. Meist erfährt die Öffentlichkeit gar nicht davon. Wir sind immer auf der Suche nach neuen Talenten. Als wir mit Patricia Urquiola zu arbeiten angefangen haben, kannte sie noch niemand. Sie kam von Piero Lissoni. Wir wollen immer neue Wege finden. Auch Ron Arad hat sich zu Beginn mehr Skulpturen und Einzelstücken gewidmet und fühlte sich bei uns gefordert. Kreationen, die

in Serie gehen können, zu entwerfen. Oder Edward van Vliet kam eigentlich aus der Dekoration und hat für uns die erfolgreiche Sushi Kollektion gemacht. Auch Architekt Daniel Libeskind zeigte bei Moroso eine andere Seite. Das Ungewöhnliche ist für uns alltäglich. Wichtig ist, dass es immer Menschen sind, die mit viel Herz an die Sache gehen.

Wie haben sich Möbel in den letzten 30 Jahren verändert?

Die Qualität und Funktionalität hat sich geändert, neue Materialien sind erfunden worden. Der Lebensraum wurde viel mehr mit einbezogen. Möbel sind modischer geworden. Und ein großer Faktor ist die Personalisierung, auch bei Möbeln.

„Jedes Produkt hat Vater und Mutter“, hat Designer Antonio Citterio einmal gesagt. Wie sehen Sie das? Wievielfacher Vater sind Sie?

Oh mein Gott, ich habe unzählige Kinder! (lacht) Cit-

terio hat schon mit meinem Vater Anfang der 70er-Jahre zu designen begonnen ...

Die Salone del Mobile in Mailand ist gerade zu Ende gegangen. Was stand dort im Fokus?

Ein Teil war unseren Design-Ikonen und Bestsellern gewidmet. Natürlich gab es auch neue Produkte und ein Floor wurde von einem ganz jungen Designer gestaltet. Er ist erst 16 Jahre und thematisiert die aktuelle Situation. Und dann gab es noch neue Objekte von unserer Kooperation mit Diesel.

Wie sieht es bei Roberto Moroso zu Hause aus?

Alles ist Moroso! (lacht) Die Prototypen unserer Kreationen stehen bei mir zu Hause. Sie werden nicht verkauft. Und bei meiner Schwester Patrizia. Sie hat eine 800-Quadratmeter-Wohnung, designt von Patricia Urquiola. Aber ich plane auch ein Museum in unserem Firmensitz.

– ALEXANDER PFEFFER

„Möbel werden immer modischer.“

Roberto Moroso
CEO