

Am Salone Internazionale di Bagno kommt keiner vorbei

# Der Weg ins Projektgeschäft

Das 207.000 Quadratmeter große Messegelände der Fiera Milano Rho war komplett ausgebucht, in den Hallen konkurrierten rund 2.310 Aussteller aus 160 Ländern um die Gunst der Besucher. Die Neuheitenparade wurde ergänzt durch die Schau der Küchenmesse Eurocucina sowie die Bäderschau Salone del Bagno. Insgesamt kamen diesmal 372.151 Besucher, vier Prozent mehr als 2014 zur Möbelfestmesse und zum Salone Internazionale di Bagno. Der Auslandsanteil lag bei 67 Prozent. Wobei die deutschen Aussteller vor allem die herausragende Internationalität der Messe lobten. An den Endverbraucher-Tagen kamen über 41.000 Gäste auf das Mailänder Messegelände.

Im zweijährigen Turnus ist die Salone del Bagno Teil des Salone del Mobile in Mailand das Highlight der Design-Szene. Auf rund 19.000 m<sup>2</sup> stellen die internationalen Spitzenunternehmen der Branche aus. Und die Branche profitiert von steigender Nachfrage. Das spiegelt sich auch in der Produktvielfalt von Design bis Funktion und Farbe wider. Auffällig war die starke Präsenz deutscher Hersteller, die bisher in Mailand kaum vertreten waren. Das Warum ist schnell erklärt: in Mailand wird das internationale Objekt- und Projektgeschäft entschieden. Hier werden Planungen für große Objekte und Luxus-Wohnungen in den USA, Großbritannien, China, Russland und den Mittleren Osten vorbereitet und verabschiedet. Nicht als Einzelentscheidung, sondern hier erfolgt zusammen mit Bauunternehmern, Objekteinrichtern, Innenarchitekten und Investoren die Entscheidung für Küche, Bad, Wohnen und Schlafen. Der Weg ins internationale Projektgeschäft führt nahezu ausschließlich über Mailand. Deshalb stehen Design und Luxus im Fokus.

Im Design-Mittelpunkt der Salone del Bagno stand die von der Natur abgeleitete Formgebung. Viele der Ausstellungsstücke waren in Schlammfarbe

gehalten. In bisher selten gesehene Kombinationen und Konzepten wurden Harthölzer, Natursteine, Metalle und Keramiken verwendet. Gezeigt wurden Waschtische aus massivem Holz, Naturstein-Badewannen und Becken, WC-Keramiken mit Holzumrandungen, aber auch Duschen mit fertig integrierten Sitzbänken.

**Axor** erschafft mit hochkarätigen Armaturenausläufen neue Maßstäbe. In der Kooperation mit ausgewählten Architekten, Innenarchitekten und Designern entstehen Visionen für den Lebensraum Bad. Speziell interessant ist der universelle Armaturensockel U-Base, der schon für den Auslauf von Axor Starck IV verwendet wurde.

Mit **Dornbracht** und **Alape** vereint die Dornbracht Group zwei Premiumanbieter für Bad und Küche, die ihre Kompetenzen seit 2013 zu einem breiten Marken-Portfolio zusammengeführt haben. Die beiden Marken präsentieren sich erstmals zum Salone del Mobile 2016 mit einem gemeinsamen Messeauftritt, um ihre Präsenz zu forcieren und diese für Kunden und Händler verstärkt sichtbar zu machen. Während ein Spa-Parcours vielfältige und zukunftsweisende Anwendungsbeispiele für den Lebensraum Bad aufzeigt, dokumentiert eine Ausstellung von Design-Ikonen die zeitlose Ästhetik von Dornbracht-Armaturen. Daneben werden auch die neue Badarmatur Lissé sowie eine Programm-erweiterung der erfolgreichen Serie Supernova im Rahmen der Messe präsentiert.

**Bette**, der deutsche Stahl-Emaill-Spezialist für Wannen, beeindruckte mit einer ungewöhnlichen Materialkomposition. Eine robuste Stahlwanne wird in ein Stoffkleid gehüllt und definiert Wohnlichkeit im Badezimmer damit neu. Gemeinsam mit dem Potsdamer Designbüro Tesseraux und Partner wurde zudem die Kollektion



BetteLux Shape entwickelt, die radikal reduziert eine erstaunlich grazile Formsprache anbietet. Die Serie Bette Sensory stellt darüber hinaus einen Drucksensor bereit, der den Wasserstand in der Badewanne elektronisch kontrolliert und dieses bei Bedarf ablaufen lässt.

Mit neuen, eleganten Farben geht **Victoria + Albert** in die Saison 2016. Auf dem Salone stellte der britische Hersteller neben dem natürlichen Weiß des Naturmaterials Quarrycast, aus dem die Wannen exklusiv gefertigt werden, erstmals sechs weitere Farbtöne vor. Ein Spiel mit den Farben – wenn das Bad mehr sein soll als ein Boudoir in Weiß.

Der Messestand von **Graff** war mehr Kunstgalerie denn Ausstellung. Konzipiert wurde er von Davide Oppizzi in Zusammenarbeit mit D-Cube Design. Unter dem Slogan „Art of the Bath Gallery“ wurden die Blicke der Besucher auf klassische Kunstwerke, in denen sich Geschichte, Symbolik, Sinnlichkeit, Vergangenheit und Gegenwart vermischten, gelenkt.

Ein Gang durch die Hallen und die Stadt – hier finden unzählige Design-events statt - bestätigt: Das Geschäft mit den Reeditionen boomt weiterhin. Besonders gefragt sind Entwürfe aus den späten Vierzigern, den Fünfzigern und Sechzigern – die Klassiker der Mid-Century-Moderne – dominierten heute in Mailand und morgen in der Welt. ■