

Denken in KOLLEKTIONEN

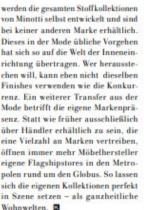
Möbel existieren nicht für sich allein. Sie sind Teile von Interieurs - und einer von Mode inspirierten Sichtweise



um das Sofa, sondern um das Gefühl eines Hauses, in dem sich das Sofa befindet", sagte der 2023 verstorbene Mailänder Gestalter bei einem unserer Interviews, Das Unternehmen fertigt seitdem Möbel, Leuchten und Accessoires. So lässt sich ein Gesamtbild schaffen, eine Stimmung, eine Attitüde, die schließlich jedes einzelne Produkt durchdringt. "Als wir damit begonnen haben, hat niemand außerhalb der Mode in Kollektionen gedacht. Heute haben fast alle großen Möbelmarken diese Rundumstrategie übernommen", so Dordoni.

DOCH NICHT NUR die ganzheitliche Konzeption ist entscheidend, sondern auch der Aspekt der Exklusivität. So

von Minotti selbst entwickelt und sind bei keiner anderen Marke erhältlich. Dieses in der Mode übliche Vorgehen hat sich so auf die Welt der Inneneinrichtung übertragen. Wer herausstechen will, kann eben nicht dieselben Finishes verwenden wie die Konkurrenz. Ein weiterer Transfer aus der Mode betrifft die eigene Markenpräsenz. Statt wie früher ausschließlich über Händler erhältlich zu sein, die eine Vielzahl an Marken vertreiben. öffnen immer mehr Möbelhersteller eigene Flagshipstores in den Metropolen rund um den Globus. So lassen sich die eigenen Kollektionen perfekt in Szene setzen - als ganzheitliche Wohnwelten.









Perfekt aufeinander abgestimmt

01 Anmutig: Lounge-Sessel Clori von Carlo Colombo, Paravent Kirgnomi von Hirsch Bedner Associates (HBA), stummer Diener Liz-Valet von Silvia Musetti. Alles von GIORGETTI 02 Sofa Supermoon und Sessel Pattle von Giampiero Tagliaferri, Regal Zoe von Hannes Peer. Alles von MINOTTI 03 Leuchte Balle Orizzantale von Massimo Castagna, Tisch Simpòdio System van Pinuccio Bargonava. Alles von GALLOTTI & RADICE

04 Stuhi 0414 von Studio G&R, Tisch Selce-T von Studiopepe, Alles von GALLOTTI & RADICE



074 H.O.M.E. H.O.M.E. 075