

AUSSEN WIRTSCHAFT BRANCHENREPORT ITALIEN

KREATIVWIRTSCHAFT

MARKTSITUATION
KREATIVINDUSTRIE
MAILAND – WIRTSCHAFTS-UND KREATIVMETROPOLE
TRENDS UND ENTWICKLUNGEN
CHANCEN FÜR ÖSTERREICHISCHE UNTERNEHMEN

AUSSENWIRTSCHAFTSCENTER MAILAND
MAI 2020

go international
Bundesministerium
Digitalisierung und
Wirtschaftsstandort **WKO**
AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA



Unser vollständiges Angebot zum Thema **Design** (Veranstaltungen, Publikationen, Schlagzeilen etc.) finden Sie unter wko.at/aussenwirtschaft/design.

Eine Information des

AußenwirtschaftsCenters Mailand

T +39 02 87 90 911

F +39 02 877 3189

E mailand@wko.at

W wko.at/aussenwirtschaft/it

f fb.com/aussenwirtschaft

🐦 twitter.com/wko_aw

in linkedin.com/company/aussenwirtschaft-austria

📺 youtube.com/aussenwirtschaft

📷 flickr.com/aussenwirtschaftaustria

blog www.austria-ist-ueberall.at

Dieser Branchenreport wurde im Rahmen der Internationalisierungsoffensive **go-international**, einer Förderinitiative des Bundesministeriums für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort und der Wirtschaftskammer Österreich erstellt.

Das Werk ist urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte, insbesondere die Rechte der Verbreitung, der Vervielfältigung, der Übersetzung, des Nachdrucks und die Wiedergabe auf fotomechanischem oder ähnlichem Wege durch Fotokopie, Mikrofilm oder andere elektronische Verfahren sowie der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, der Wirtschaftskammer Österreich – AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA vorbehalten. Die Wiedergabe mit Quellenangabe ist vorbehaltlich anders lautender Bestimmungen gestattet.

Es wird darauf hingewiesen, dass alle Angaben trotz sorgfältiger Bearbeitung ohne Gewähr erfolgen und eine Haftung der Wirtschaftskammer Österreich – AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA ausgeschlossen ist. Darüber hinaus ist jede gewerbliche Nutzung dieses Werkes der Wirtschaftskammer Österreich – AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA vorbehalten.

© AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA DER WKÖ
Offenlegung nach § 25 Mediengesetz i.d.g.F.

Herausgeber, Medieninhaber (Verleger) und Hersteller:
WIRTSCHAFTSKAMMER ÖSTERREICH / AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA
Wiedner Hauptstraße 63, 1045 Wien
Redaktion: AUSSENWIRTSCHAFTSCENTER MAILAND, T +39 02 87 90 911
E mailand@wko.at, W wko.at/aussenwirtschaft/it

EXECUTIVE SUMMARY

Italien gilt seit Jahrhunderten als Land der Kultur und Kreativität, in dem Trends gesetzt, aufgegriffen und in innovative Werke verwandelt werden, welche international für Aufsehen sorgen. Die Wirtschaftsmetropole Mailand hat in den letzten Jahren einen beeindruckenden Aufschwung erlebt und sich zu einem Mekka des Designs und der Mode entwickelt. Branchenübergreifend findet sich in allen Angeboten „Made in Italy“ eine kreative Ader, die im Land selbst und auf der ganzen Welt geschätzt wird.

Welche Rolle spielt die Kreativwirtschaft für Italien, wohin geht die Entwicklung, was sind typisch italienische Best Practices? In welchen Bereichen bieten sich für österreichische Unternehmen interessante Geschäftschancen und wie können diese am besten genutzt werden?

Ziel dieses Branchenreports ist es, ausgewählte Einblicke in die Vielfalt der italienischen Kreativszene zu bieten, Vertrautes und vielleicht weniger Bekanntes aufzuzeigen und schließlich zu neuen Projekten und Kooperationen zu inspirieren. Die Inhalte und Analysen basieren auf dem Know-How des Außenwirtschaftszentrums Mailand, das seit über 70 Jahren vor Ort tätig und mit dem kreativen Umfeld vertraut und eng vernetzt ist.

Für den Bericht wurden wichtige Exponenten der Branche genauer unter die Lupe genommen, darunter das Politecnico di Milano und das Istituto Europeo di Design. Mit diesen beiden herausragenden Leuchttürmen hat die Wirtschaftskammer Österreich exklusive Kooperationsverträge geschlossen. Aktuelle Beispiele beleuchten, wie sich der kreative Geist der Italienerinnen und Italiener in herausfordernden Zeiten der COVID-19 Krise manifestiert. Ein wichtiges Erfolgselement ist die aus Tradition enge Kooperation zwischen Lehre und Forschung sowie Designer und Produzenten in Italien.

Österreichische Unternehmen finden in diesem Umfeld der hohen Kreativität und Flexibilität spannende Kooperationschancen, um ihre Innovationskraft und internationale Wettbewerbsfähigkeit in Zusammenarbeit mit ausgewählten italienischen Partnern voranzutreiben.

1.	WIRTSCHAFTSLAGE IN ITALIEN	7
1.1	Wirtschaftsbeziehung mit Österreich	8
2.	EINFÜHRUNG IN DER KREATIVINDUSTRIE.....	10
3.	BRANCHE UND MARKTSITUATION	12
4.	KREATIVINDUSTRIE: ARCHITEKTUR UND DESIGN ALS HERZSTÜCK.....	18
4.1	Bio-Architektur ist die neue Architektur.....	18
4.2	Smart Home und Innovationen.....	20
4.3	Fokus: Holzbauindustrie	21
4.4	Messen und wichtige Event.....	22
4.5	Fachverbände, Institutionen und Top Architektur Studien in Italien	23
4.6	Das Land des Designs.....	27
4.7	Design Week 2019 – „Austria is the New Coolness“	29
4.8	Top Stakeholder	34
5.	ENTERTAINMENT INDUSTRIE	35
5.1	Filmindustrie in Italien	35
5.2	Top Filmproduktionshäuser	36
5.3	Cinecittà: Studios in der Ewigen Stadt	36
6.	VIDEOGAMES	38
6.1	Die wichtigsten Player	39
6.2	Veranstaltungen “not to miss”	40
7.	MUSIKSZENE	41
7.1	Die größten Kanäle	42
7.2	Musikfestivals und Events	42
8.	FERNSEHEN	43
8.1	Die Top Fernsehbetreiber	43
9.	MAILAND – WIRTSCHAFTS- UND KREATIVMETROPOLE	44
9.1	Milano Weeks	45
9.1.1	Milano Fashion Week.....	45
9.1.2	Milano Museo City	46
9.1.3	Milano Digital Week	47
9.1.4	Milano Art Week	47
9.1.5	Milano Design Week	47
9.1.6	Milano Piano City	47

9.1.7	Milano Arch Week	48
9.1.8	Milano Photo Week	48
9.1.9	Milano Movie Week	48
9.1.10	Milano Fall Design Week	48
9.1.11	Milano Book City	48
9.1.12	Milano Music Week	49
9.2	Architektur à la milanese	49
9.2.1	CITY LIFE – Neues Leben in Messequartier	49
9.2.2	Progetto Porta Nuova: innovativ und businessorientiert – typisch Mailand.....	50
9.2.3	Bosco Verticale: ein Wald in der Stadt	51
9.2.4	Expo 2015 für neuen Innovationsdistrikt	52
9.3	Die Hotspots der Stadt.....	53
10.	ISTITUTO EUROPEO DI DESIGN – kreativer Partner der WKÖ	61
10.1	Kooperationsabkommen Wirtschaftskammer Österreich WKÖ – Istituto Europeo di Design	62
11.	POLITECNICO DI MILANO – INGENIEURE UND MEHR	64
11.1	Kooperationsabkommen PoliMi - WKÖ	66
12.	KONKURRENZSITUATION	68
13.	GESETZLICHE UND SONSTIGE RAHMENBEDINGUNGEN	69
14.	TRENDS UND ENTWICKLUNGEN	73
15.	COVID-19 KRISE: GEISTESBLITZE DER KREATIVEN IN ITALIEN	78
15.1	3D-Druck und Robotik gegen die Krise	78
15.2	Das große Herz der italienischen Modewelt	81
15.3	Die Automotive Industrie gegen COVID-19	82
15.4	Social-Media-Kanäle in erster Linie	84
15.5	Virtual Culture	84
15.6	COVID-19: Beitrag der Architekturwelt für die intensive Pflege.....	85
15.7	Politecnico di Milano zusammen mit den Firmen gegen COVID-19	86
16.	CHANCEN FÜR ÖSTERREICHISCHE UNTERNEHMEN	87
17.	FACHMESSEN FÜR DIE KREATIVINDUSTRIE	90

1. WIRTSCHAFTSLAGE IN ITALIEN

Wirtschaftskennzahlen	2017	2018	2019	2020
				(Prognose)
Nominales Bruttoinlandsprodukt in Mrd. Euro ¹	1.727	1.757	1.770	1.801
Bruttoinlandsprodukt/Kopf in US-Dollar ²	32.075	31.756	32.604	33.299
Bevölkerung in Mio. ³	60,6	60,6	61	61
Reales Wirtschaftswachstum in % ⁴	1,5	0,8	0,2	-6
Inflationsrate in % ⁵	0,9	0,8	1	0,8
Arbeitslosenrate in % ⁶	11,2	10,6	10,9	11,2
Warenexporte des Landes in Mrd. Euro	448(+7,6%)	463 (+3,1%)	+1,7%	-5,1%
Warenimporte des Landes in Mrd. Euro	400(+9,2%)	424 (+5,6%)	+1,8%	-6,8
Wirtschaftsleistung des Landes, Weltwertung (2018): ⁸	Rang 8			

Italiens Wirtschaft begann das Jahr 2019 mit einem minimalen Anstieg des BIP von 0,1 %. Das zweite Quartal brachte eine Stagnation, die weitestgehend auf das Konto der produzierenden Industrie zurückging, welche den erhöhten Beitrag des tertiären Sektors – vor allem des Tourismus – ausgeglichen hat. Im dritten Quartal 2019 sorgte das BIP mit 0,2 % für ein etwas überraschendes leichtes Plus, zum Jahresende zeigt sich ein allgemeiner Wirtschaftsabschwung und ein Minus von -0,3 %. Das BIP stieg im Gesamtjahr um 0,2 %. Für 2020 wird mit einem BIP von -6 % und 2021 mit +3,5 % gerechnet

Der Konsum der privaten Haushalte wird 2020 voraussichtlich um -6,8 % einbrechen und zum Großteil aus Lebensmitteln und pharmazeutischen Produkten bestehen. Für das Jahr 2021 schätzt die Confindustria einen Konsumanstieg um +3,5 %. Die Industrieproduktion könnte im ersten Quartal 2020 um -5,4% und damit auf den niedrigsten Wert seit elf Jahren fallen. Confindustria rechnet mit einem deutlichen Minus bei den Bruttoanlageninvestitionen von -10,6% für 2020, im folgenden Jahr wird wieder eine Erhöhung um +5,1 % erwartet.

Insgesamt zeigt 2019 ein gemischtes Bild: Die Arbeitslosenrate sank im Jahresverlauf auf 9,8 % Ende 2019 und damit auf den tiefsten Wert seit 2012. Andererseits gab der italienische Konsument immer weniger Geld aus, die Industrie meldete Auftragsrückgänge und die Investitionstätigkeit war rückläufig. Die Inflation betrug 0,6 %. Die Inflation verringerte sich von 0,8 % (2018) auf 0,6 %. Für 2020 rechnet man derzeit mit einer Arbeitslosigkeit von 11,2 %.

Italiens Außenhandel entwickelte sich aufgrund der internationalen Konjunkturentwicklung, u.a. bei den wichtigsten Handelspartnern innerhalb der EU und in China sowie schwelender Handelskonflikte (Strafzölle USA), im Jahr 2019 gebremst. Die Exportwirtschaft ist traditionell ein wichtiger Impulsgeber der italienischen Wirtschaft, sie trägt knapp ein Viertel zum BIP bei und garantiert die Präsenz des „Made in Italy“ auf den Weltmärkten. Der Hauptanteil der Ausfuhren stammt aus den norditalienischen Regionen, allein die Lombardei hält rund ein Viertel an den gesamten italienischen Exporten. Für 2020 wird ein Exportrückgang von -5,1 % erwartet. Die Importe reduzieren sich voraussichtlich um 6,8 %.

Charakteristisch für die Exportnation Italien ist ein deutlicher Handelsbilanzüberschuss (53 Mrd. Euro, 2019)¹. Vor allem KMUs, darunter die Familienunternehmen, sind für die Dynamik und Exportkraft Italiens verantwortlich und bilden das Rückgrat der italienischen Wirtschaft.

Die wirtschaftlichen Auswirkungen der COVID-19 Krise in Italien, das am meisten getroffene Land Europas, lässt sich noch nicht abschätzen: die im April verlautete Prognose BIP – 6 % wird nicht zu halten sein. Ab 26.3. waren nur mehr essenzielle wirtschaftliche Tätigkeiten – Produktion, Handel und Dienstleistungen – erlaubt, das bedeutete die – temporäre – Schließung von fast der Hälfte aller italienischen Unternehmen. Betroffen waren die metallverarbeitende Industrie und damit zusammenhängende Branchen, der Automobilsektor, Inneneinrichtungen/Möbel, die Bauwirtschaft, Mode und Textilien oder Schmuck. Diese Stilllegungen dauerten weitestgehend bis zu Beginn der Phase 2 am 18.05. an, an dem Tag begann eine generelle Wiederöffnung der Betriebe und Erleichterungen der strikten Maßnahmen für das Ausgeh- und Reiseverbot.

Laut einer **Studie** wirke sich die Schließung der ital. Betriebe zur Eindämmung des COVID-19 Virus auf 42,4 % des Umsatzes von Industrie und Dienstleistungen aus. Ohne sofortige Liquiditätsunterstützung bestehe das Risiko, 1 Million Unternehmen zu verlieren. Die Schließungen führten bereits zu Umsatzeinbußen iHv. 660 Mrd. Euro im Dienstleistungssektor, 91 Mrd. Euro im Bausektor und 570 Mrd. Euro im Industriebereich. Für den Export sei ein Wert von 280 Mrd. Euro gefährdet, was 65,8 % des Gesamtwerts entsprechen würde.

Antworten zu aktuellen Fragen rund um das Thema COVID-19 in Italien werden in den **FAQs** und im **Bulletin** des AußenwirtschaftsCenters Mailand publiziert.

1.1 Wirtschaftsbeziehung mit Österreich

Mit einem Handelsvolumen von Waren und Dienstleistungen von knapp 26 Mrd. Euro im Jahr 2019 ist Italien der zweitwichtigste Wirtschaftspartner Österreichs. Die Top 3 – Position bei Österreichs Warenexporten – nach Deutschland und den USA – konnte Italien in den letzten Jahren erfolgreich behaupten.

Nach einem Anstieg im ersten Halbjahr 2019 bremste sich die Dynamik im Jahresverlauf deutlich ein. Im Gesamtjahr stagnierten die österreichischen Warenlieferungen mit 9,8 Mrd. Euro (0,0 %) auf dem Niveau von 2018. Die 10 Mrd. Euro Schwelle, im Sommer noch in greifbarer Nähe, konnte damit knapp nicht erreicht werden. Die Warenlieferungen aus Italien verzeichneten dagegen einen soliden Anstieg um 4,3 % auf 10,4 Mrd. Euro.

Italien zählt zu den größten Volkswirtschaften der Welt und verfügt über einen enormen und kaufkräftigen Binnenmarkt mit rund 61 Mio. Einwohnern, der vor allem aufgrund der geographischen Nähe österreichischen Anbietern zugutekommt. Die Intensität der bilateralen Handelsbeziehungen ist mit den Regionen Norditaliens besonders hoch: Rund 80 % des Warenaustausches erfolgt mit den sechs wirtschaftlich starken norditalienischen Regionen Lombardei, Venetien, Trentino-Südtirol, Emilia Romagna, Piemont und Friaul-Julisch Venetien. Beispielsweise exportiert Österreich gleich viel in die Region Lombardei wie nach Spanien oder in die Niederlande. Das Handelsvolumen Österreichs mit der Lombardei ist zudem gleich groß wie das mit ganz Russland.

Auch der Großteil der ca. 1.100 italienischen Unternehmen mit österreichischer Beteiligung befindet sich in Norditalien. Insgesamt sind die österreichischen Investitionen in Italien im Jahr 2018 im Vergleich zum Vorjahr um 27 % auf 4 Mrd. Euro gestiegen. Der überwiegende Anteil der österreichischen Firmenniederlassungen in Italien befindet sich in Südtirol (36 %), der Lombardei (18 %) und in Venetien (15 %).

¹ Quelle: <https://www.avvenire.it/economia/pagine/esportazioni-2019-frenata>

Die intensive Verflechtung der Wirtschaft zwischen Österreich und Italien zeigt sich auch in der Entwicklung der Direktinvestitionen: Italien ist nach Deutschland, Russland, den USA und Niederlanden der fünf größte ausländische Direktinvestor in Österreich (Stand 2018: 10,2 Mrd. Euro). Umgekehrt steht Österreich nach Luxemburg (1), Niederlande (2) und Frankreich (3) mit 4 Mrd. Euro auf Platz 10 der Liste der größten Investoren in Italien.² Laut Firmen-Compass gibt es in Österreich 1.322 Firmen mit Gesellschaftern aus Italien und 69 Zweigniederlassungen.

Auch längerfristig betrachtet ist der österreichische Warenaustausch mit Italien eine Erfolgsstory: Während die italienische Wirtschaft seit 1995 durchschnittlich weniger als 1 % pro Jahr wuchs, hat sich der gegenseitige Warenaustausch in diesem Zeitraum mehr als verdoppelt. Die Handelsbilanz mit Italien war 2016 erstmals seit 1999 de facto ausgeglichen. Für 2019 gibt es ein leichtes Defizit von 600 Mio. Euro.

Zu den wichtigsten Exporten „Made in Austria“ zählen im Jahr 2019 Bearbeitete Waren mit 2,8 Mrd. Euro (+4,6 %), u.a. Eisen und Stahl und diverse Metalle, Maschinenbauerzeugnisse und Fahrzeuge mit 2,2 Mrd. Euro (-5,6 %), chemische Erzeugnisse, hauptsächlich Medizin und pharmazeutische Erzeugnisse und Kunststoffe, mit gesamt 1,4 Mrd. Euro (+1,5 %) sowie Nahrungsmittel und lebende Tieren (1,1 Mrd. Euro, +1,5 %) und Holz (729 Mio. Euro).

Stärkste Importgüter im Jahr 2019 aus Italien sind Maschinenbauerzeugnisse und Fahrzeuge mit 3,3 Mrd. Euro (+3,4 %), Bearbeitete Ware mit 2,3 Mrd. Euro (-1,9 %) sowie Chemische Erzeugnisse mit 1,3 Mrd. Euro (+10,2 %). Beliebt sind in Österreich auch typische „Made in Italy“-Produkte wie Nahrungsmittel und lebende Tiere (ohne Getränke 1 Mrd. Euro), Kleidung (383 Mio. Euro) und Schuhe (176 Mio. Euro).

Wirtschaftsbeziehungen mit Österreich

	2017	2018	Veränderung zum Vorjahr (2018) in %	2019
Österreichische Warenexporte in Mrd. Euro	9,10	9,8	0,0	9,8
Österreichische Warenimporte in Mrd. Euro	9,08	10	4,3	10,4
Österreichische Dienstleistungsexporte in Mrd. Euro ⁹	2,79	2,8	4,3	2,9
Österreichische Dienstleistungsimporte in Mrd. Euro ¹⁰	2,79	3	-5	2,9

Österreichische Direktinvestitionen¹¹, Stand 2019: EUR 4,4 Mrd. (+ 9%)

Beschäftigte bei österr. Direktinvestitionen¹²: Stand 2017: 14.925

Direktinvestitionen aus IT in Ö¹³, Stand 2018: EUR 10,2 Mrd.

Beschäftigte in Österreich bei Direktinvestitionen aus IT¹⁴
Stand 2017: 14.925

Wichtigster Warenexportmarkt für Österreich: 3. Rang

² Banca Italia

2. EINFÜHRUNG IN DER KREATIVINDUSTRIE

Die Kultur- und Kreativindustrie Europas ist viel mehr als ein Wirtschaftsmotor, sie spielt als Inkubator für Innovationen eine wesentliche Rolle. Dies gilt besonders für unser Nachbarland Italien.

Italien ist als Wiege der Kultur und der Kreativität weltweit bekannt: seit den Zeiten der Römer hat das Land Schönheit, Kunst und Kreativität verflochten und seine besondere Stärke und eigene Identität geschaffen.

Ab der 50er Jahren des letzten Jahrtausends steht die Trademark „Made in Italy“ als Synonym von Qualität, Tradition und Innovation.

Wie es der italienische Minister für Kulturgüter Dario Franceschini kürzlich ausdrückte: „Die Kreativität liegt nicht nur in den renommierten Künstlern der Vergangenheit, sondern auch im Herzen von Tausenden Jungen, die Fantasie und Intelligenz haben, die italienische Tradition und Kreativität mit den Herausforderungen der aktuellen Zeit, mit der Digitalisierung und mit einer besonderen Augenmerk auf die Themen der Nachhaltigkeit zu verbinden: dies bietet unserem Land herausragende Chancen für die Zukunft“.

Die Kreativwirtschaft ist ein elementarer und in seiner Bedeutung stetig wachsender Teil der italienischen Wirtschaft. Sie lässt sich als nicht nur in der Tradition gegründet, sondern vor allem auch als attraktiv, vielseitig und innovativ beschreiben. Es gibt viel Raum für Experimente und neue Stilrichtungen, ohne die traditionellen Kunstformen aus den Augen zu verlieren.

Italien zählt mit seinen über 4.000 Museen, 280 archäologischen Stätten, 536 Denkmälern und 4.976 „places of interest“ zur Wiege der abendländischen Kultur. Es ist weltweiter Anziehungspunkt nicht nur für Touristen, sondern für eine Vielzahl internationaler Künstler, Händler und Sammler.

Dank dieser besonderen Tradition haben sich viele italienischen Städte als Standorte für die verschiedenen kreativen Bereiche profiliert. 10% der auf der europäischen **Plattform Cultural Creative Cities** gelisteten Städte sind in Italien.

Bologna, die älteste Universitätsstadt der Welt, wurde 2000 als Kulturhauptstadt nominiert und bietet eine Fülle an Kulturaktivitäten, die Touristen aus aller Welt anlockt.

Florenz, 1992 als World Heritage Site ausgezeichnet, spielt mit seiner jahrhundertelangen künstlerischen Tradition und dem unermesslichen Reichtum seiner Kulturschätze eine besondere Rolle in der Kreativszene Italiens.

Venedig, eine Wiege des Kunsthandwerkes in Italien mit den berühmten Glasmanufakturen auf der Insel Murano. Weltweit spielen die großen Events Biennale – diese Jahr die **Architektur Biennale** - und das **Venice Film Festival** eine führende Rolle.

Turin hat sich als Zentrum der Gegenwartskunst Italiens positioniert. Mit dem Olympischen Spielen im Jahr 2006 erlebte die Stadt eine Wiedergeburt auch für das kulturelle Angebot.

Zu den vielen weiteren kreativen Zentren zählen auch kleinere Städte wie **Matera**, **Parma**, **Perugia** und **Ravenna**.

Unbestrittene Wirtschaftsmetropole Italiens ist **Mailand**, wo Business und Kreativität, gepaart mit einem Drive zur Innovation, im täglichen Leben eine erfolgreiche Verbindung eingehen. Design, Mode und Architektur sind der treibende Motor der Stadt, eine internationale Vorreiterrolle spielen Weltleiterevents wie der „**Salone del Mobile**“ und die **Design Weeks**, die „**Moda**“, nicht zu vergessen die **Triennale** etc.

Klicken Sie **HIER**, um die komplette Liste der Top-Creative Cities Italiens zu entdecken!

Italien war und ist Anziehungspunkt für viele junge, ausländische Designer, Architekten und Künstler. Sie schätzen die einzigartige freie, kommunikative und inspirierende Atmosphäre, in der Ideen geboren und Innovationen geschaffen werden.

Italien hat eine weltweit einzigartige Tradition der Zusammenarbeit zwischen Kreativen und Unternehmen, die seit Mitte des letzten Jahrhunderts stark forciert wird. Sie basiert auf vielen erfolgreichen privaten bzw. unternehmerischen Initiativen und inkludiert etwa Produktdesign (wie z.B. die renommierte Marke **Alessi**, **Kartell** und **SMEG**) aber auch die Errichtung von Design-Ausbildungsstätten siehe **IED**. Die italienische Regierung fördert ebenfalls den Austausch zwischen der Kreativwirtschaft und Unternehmen, die anderen Sektoren zuzuordnen sind – wie beispielsweise der Energiewirtschaft, Bauwesen und Architektur.

Auch die Europäische Kommission hat neue Ziele und Förderungen für die Kultur- und Kreativindustrie definiert: zwischen 2021 und 2027 wurde das Budget auf EUR 2,8 Mrd. verdoppelt³.

Das italienische Statistikamt **ISTAT** teilt die Kreativwirtschaft in fünf Bereiche ein:

- Kunst und kulturelles Erbe (bildende Kunst, Theater, Museen, öffentliche Bibliotheken etc.),
- Medien und Unterhaltung (Radio, Fernsehen, Film, Video, Spiele etc.)
- Performing Arts (grafischer und industrieller Entwurf, Werbung)
- Kreativindustrie (Design, Architektur, Kommunikation)
- Creative-Driven, d.h. Unternehmen, die nicht direkt im Kreativ- oder Kultursektor tätig sind, aber mit Kreativunternehmen zusammenarbeiten.

³ Il Sole24Ore: [Budget raddoppiato per il Programma Europa Creativa \(2021-2027\)](#)

3. BRANCHE UND MARKTSITUATION

Italiens **Kreativwirtschaft** hat laut aktuellen Statistiken von **Symbola** im Jahr 2018 **fast 96 Mrd. EUR** erwirtschaftet, das entspricht 6,1% des BIPs, sie beschäftigt 1,55 Millionen Kreative und Fachexperten (ebenfalls 6,1% der gesamten Beschäftigungsanzahl Italiens). Der Sektor ist zwischen 2014 und 2018 um durchschnittlich 2,9% pro Jahr gewachsen. Dieses Wachstum ist eng mit dem technologischen Fortschritt verbunden, insbesondere der Digitalisierung und Themen der Nachhaltigkeit.

Kultur- und Kreativwirtschaft zusammen trugen 2018 mit **265,4 Mrd. EUR** einen Löwenanteil von 16,9% zu Italiens Wirtschaftsleistung bei.

Branche	Wertschöpfung (in Mio. EUR)	Beschäftigte
Creative Industries:	13.783,8	266.000
Architektur & Design	8.861,1	157.100
Kommunikation	4.922,8	109.600
Kultur Industrie:	35.111,8	497.400
Filmkunst, TV, Rundfunk	7.452,1	56.500
Videogames & Software	13.600,1	177.600
Musik	319,2	5.900
Verlagswesen & Presse	13.740,3	257.300
Performing Arts	8.210,7	144.800
Kunst & kulturelle Erbe	2.858,1	51.000
Creative Driven	35.794,3	591.000

Tabelle 1: Daten zu Wortschöpfung und Beschäftigung – Quelle: **Unioncamere, Fondazione Symbola** 2019

	Umsatz			Beschäftigte		
	Mio. EUR	Anteil an gesamt Ita- lien in %	Verände- rung 2017 - 2018 in %	Werte in Tausend	Anteil an gesamt Ita- lien in %	Verände- rung 2017 - 2018 in %
Piemont	8.614,4	9,0	4,8	131,7	8,5	2,6
Aosta Tal	289,6	0,3	5,1	4,4	0,3	2,7
Lombardei	25.371,6	26,5	3,2	364,8	23,5	2,0
Trentino Südtirol	2.003,2	2,1	4,7	35,4	2,2	3,3
Friaul- Venetien Ju- lia	1.850,5	1,9	3,5	34,0	2,2	2,3
Ligurien	1.771,4	1,8	0,6	30,0	1,9	-0,5
Emilia Romagna	8.062,6	8,4	4,5	137,3	8,9	3,0
Toskana	6.145,8	6,4	2,1	105,5	6,8	0,2
Umbrien	1.028,3	1,1	2,0	21,0	1,4	1,0
Marken	2.249,0	2,3	0,5	41,9	2,7	-1,0
Latium	15.528,2	16,2	2,1	212,2	13,7	0,9
Abruzzen	1.246,6	1,3	2,5	24,1	1,6	2,7
Molisen	245,4	0,3	1,1	5,0	0,3	-0,3
Kampanien	4.508,3	4,7	3,4	83,5	5,4	1,8
Apulien	2.913,4	3,0	4,0	60,4	3,9	3,0
Basilikata	404,8	0,4	6,1	8,5	0,5	4,8
Kalabrien	971,3	1,0	0,6	22,0	1,4	0,2
Sizilien	3.286,7	3,4	0,3	65,3	4,2	-0,6
Sardinien	1.429,1	1,5	6,1	27,0	1,7	5,0

Tabelle 2: Daten zu Umsatz und Beschäftigung nach Regionen – Quelle: Unioncamere, Fondazione Symbola 2019

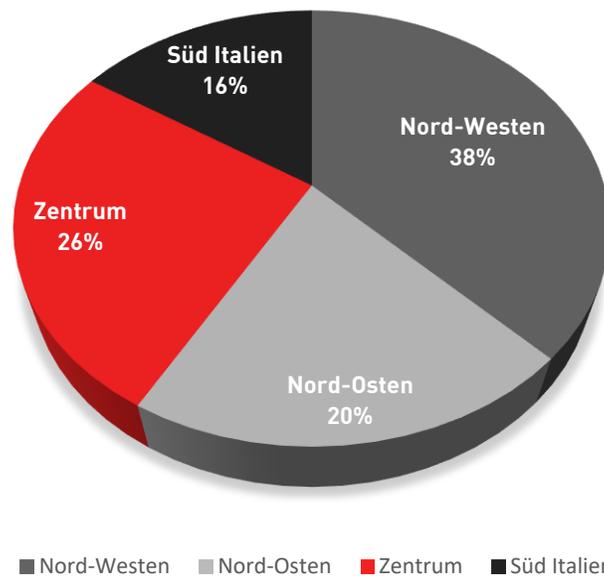


Abbildung 1: Kultur- und Kreativwirtschaft nach Regionen - Quelle: Unioncamere, Fondazione Symbola 2019

Die zwei Hauptsektoren, in denen italienische Unternehmen tätig sind, betreffen die sogenannten Core Activities und die Creative Driven Bereiche. Die Region Latium z.B. überschritt 70% in den auf Kultur fokussierten Core Activities (siehe das Kulturangebot der Ewigen Stadt). In andere Regionen spielen dagegen die im Creative Driven Bereich erfassten Aktivitäten eine besondere Rolle, etwa in der Toskana, der Emilia-Romagna und im Piemont.

Die Zahlen für Mailand gerade in den letzten beiden Jahren unterstreichen die nationale und auch internationale Rolle der Kreativmetropole, in der Creative Industries mit ihren innovativen Angeboten immer mehr an Bedeutung gewinnen.

Die Top 20 Provinzen im Bereich Kultur und Kreativität:

	Provinz	Anteil an gesamt Italien in %
1.	Mailand	10,1
2.	Rom	9,9
3.	Turin	9,2
4.	Siena	8,8
5.	Arezzo	7,9
6.	Florenz	7,3
7.	Aosta	7,1
8.	Ancona	6,8
9.	Bologna	6,6
10.	Modena	6,4
11.	Trieste	6,3
12.	Monza e Brianza	6,2
13.	Macerata	6,2
14.	Cagliari	6,1
15.	Padova	6,1
16.	Pisa	6,0
17.	Reggio nell'Emilia	5,9
18.	Pesaro e Urbino	5,8
19.	Trento	5,6
20.	Verona	5,6

Tabelle 3: Daten zu den Top 20 Provinzen Italien im Bereich Kultur und Kreativität – Quelle: Unioncamere, Fondazione Symbola 2019

Italiens Kultur- und Kreativindustrie umfasst 416.080 Unternehmen, das entspricht 6,8% der Gesamtanzahl italienischer Firmen.

Laut der letzten Statistiken von Unioncamere und Fondazione Symbola 2019 sind davon 291.025 im Bereich Core Culture & Creative und 125.054 in der Creative Driven Sparte tätig.

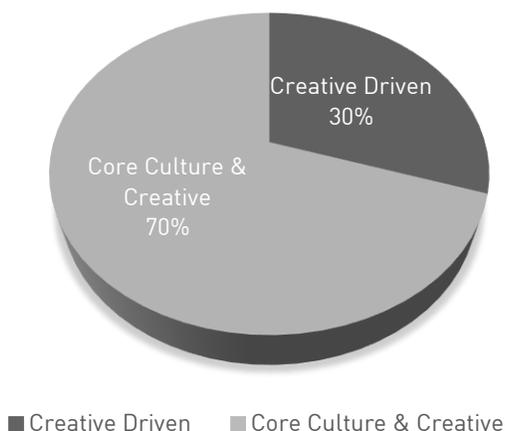


Abbildung 2: Zuteilung italienischer Unternehmen im Bereich Kultur- und Kreativindustrie – Quelle: Unioncamere, Fondazione Symbola 2019

Zum Bereich Core Culture & Creative zählen hauptsächlich 147.153 Kulturunternehmen (50,6% an Gesamt) und 129.533 (44,5%) Firmen der Kreativindustrie. Auch Unternehmen im Bereich Performing Arts (13.169; 4,5%) sowie 1.171 (0,4%) Firmen und Institutionen, die sich um das Kulturerbe Italiens kümmern, fallen in diese Kategorie.

Der Großteil dieser Firmen hat ihren Sitz in der Region Lombardei (61.815 Unternehmen, +0,5% im Vergleich zu 2015), gefolgt von Latium (41.909 Firmen, +0,6%), Venetien (23.353 Firmen, +0,2%), Kampanien (21.842, +1,0%), Emilia Romagna (21.561, 0,6%) und Piemont (21.040, -0,6%).

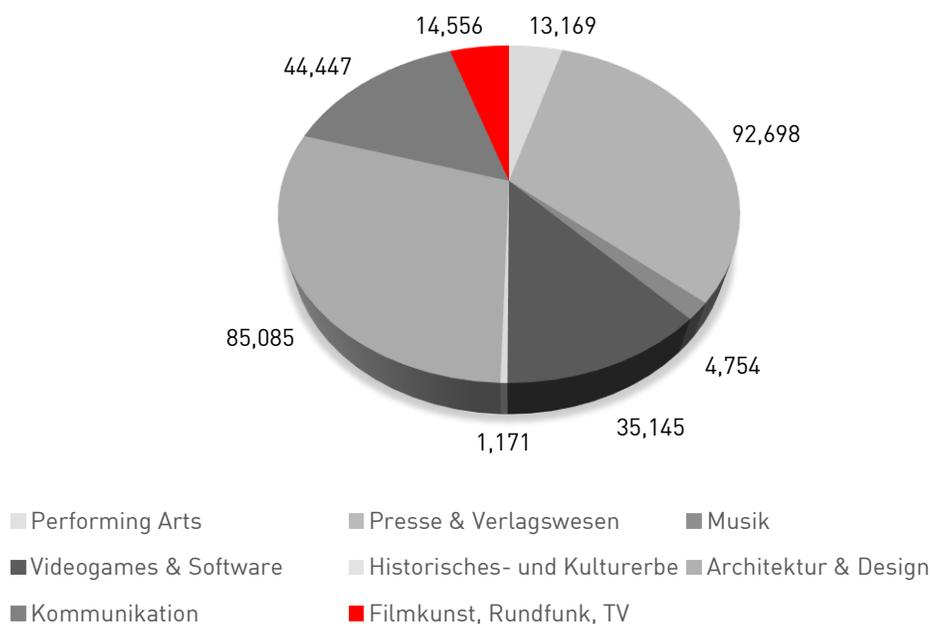


Abbildung 3: Anzahl der Unternehmen pro Sektor – Quelle: Unioncamere, Fondazione Symbola 2019

Laut der Studie von Unioncamere und Symbola 2019 sind die Top Architektur- und Design-Unternehmen insbesondere in den nördlichen Regionen Italiens, dem wichtigsten Wirtschaftsraum des Landes, angesiedelt. Firmen und Institutionen, die mit Kulturaktivitäten verbunden sind, befinden sich – traditionsgemäß – in den zentralen und südlichen Regionen Italiens inkl. der Hauptstadt Rom.

4. KREATIVINDUSTRIE: ARCHITEKTUR UND DESIGN ALS HERZSTÜCK

Kreativität ist ein herausragender Bestandteil der Erfolgsgeschichte von Architektur und Design „Made in Italy“. In den Städten und Regionen von Nord bis Süd unterstreicht eine schier unerschöpfliche Zahl an historischen Denkmälern, welche zu ihrer Zeit die aktuellsten Trends demonstrierten, ebenso wie neueste architektonische Schöpfungen, die Innovationskraft des Landes im Zuge der Jahrhunderte.

Die folgenden Seiten bieten einen Überblick zu den Bereichen Architektur, Stadtplanung und Design, mit einem besonderen Fokus auf inspirierende, zukunftsorientierte Projekte, die in den letzten Jahren realisiert wurden.

Links und Informationen zu interessanten Messen und Fachevents, wo sich die Kreativszene ein Stelldichein gibt, bieten Einblick in die Vielfalt des italienischen Marktes.

4.1 Bio-Architektur ist die neue Architektur

Der Architektursektor leistet seit den Römern einen bedeutenden Beitrag zum italienischen Alltag. In der Vergangenheit übernahmen Architekten und Künstler die wesentliche Aufgabe, Denkmäler und Gebäude bzw. Kunstwerke zu schaffen, die hauptsächlich eine ästhetische Funktion erfüllen sollten. Diese Anforderungen haben sich deutlich gewandelt: Architekten und Stadtplaner setzen sich heute mit einer Vielzahl aktueller Herausforderungen auseinander, die den raschen gesellschaftlichen Wandel und daraus resultierende Ansprüche reflektieren wie z.B. Funktionen, Ästhetik oder Flexibilität einer Wohn- und Arbeitssituation.

Energieeffizienz, Smart Building, Smart Home, nachhaltige Gebäude und Bioarchitektur gewinnen in Italien immer mehr an Bedeutung. Ziel der Architekten ist es, neue Infrastrukturen und Gebäude zu entwickeln, die in Einklang mit der Umgebung sind, gleichzeitig auch Lösungen zu den aktuellen Themen anbieten und mit dem ästhetischen Empfinden einer anspruchsvollen Gesellschaft vereinbar sind. Die branchenübergreifenden Hot Topics wie Nachhaltigkeit, Green und Circular Economy spielen auch in der Bereich Architektur eine besondere Rolle.

Seit Jahren wird immer mehr von **nachhaltiger Architektur** gesprochen, was genau wird darunter verstanden?

„Die nachhaltige Architektur entwirft und baut Gebäude, die in der Lage sind, die Umweltbelastung zu reduzieren. Ziel ist es Infrastrukturen zu bauen, die energieeffizient sind und die die Gesundheit, den Komfort und die Lebensqualität der Bevölkerung mit Hilfe der Innovation und von neuen Technologien verbessern können. Als nachhaltiger Architekt zu arbeiten, bedeutet den Bedürfnissen der Gesellschaft und der Auftraggeber nachzukommen, ohne die Umgebung zu schädigen und mit der Berücksichtigung, dass die Materialien und die Infrastruktur selbst in der Zukunft wieder benutzbar sein müssen“ – so definiert die Fachzeitschrift [Lifegate](#).

In den letzten Jahren boomten die sogenannte Bio-Architekturen in Italien: von Bozen bis Catania ist Italien als eines der wichtigsten Beispiele in Europa von neuen Infrastrukturen, die Innovation und Kreislaufwirtschaft verbinden.

In Bozen befindet sich der Hauptsitz der Firma [Salewa](#), realisiert vom Architekten [Cino Zucchi](#).

Das Projekt wurde zunächst mit dem jeweiligen Kontext konfrontiert, in den es eingebettet ist. Es ist eine Kreuzung zwischen dem Industriegebiet von Bozen und der Landschaft, neben der Autobahn. Dies war ausschlaggebend für die Wahl der Silhouette, die als starkes und dynamisches Zeichen hervorsteht und

gleichzeitig in Farbe und Form den Felsen der umliegenden Berge huldigt. Diese Mischung verschiedener Landschaftselemente bezieht sich auf die Vielzahl der darin enthaltenen Funktionen.

Der Gebäudekomplex beherbergt die Ausstellungsräume, ein Geschäft, eine Turnhalle, die oft als Eventlocation verwandelt, einen Kindergarten, ein Fitnesscenter für Mitarbeiter, einen Mehrzweckraum und Büros für das Unternehmen.

Das funktionale Layout ist gut interpretiert und schafft eine Folge von internen / externen Landschaften mit mehreren Maßstäben, die sich auf den angestrebten Grad an Privatsphäre beziehen. Ein Pluspunkt des Projekts ist auch die Wahl der Materialien: eine Beschichtung aus elektropolierten perforierten Aluminiumplatten mit Öffnungen mit unterschiedlichen Durchmesser, die das Licht je nach Bedarf filtern und so die korrekte Abstrahlung auf die Oberflächen gewährleisten und die Kosten für die Klimatisierung der Räume senken.

Das innovativste und mächtigste Element ist definitiv die Kletterhalle. Das fast 50 Meter hohe Gebäude bietet Platz für mehr als 250 Kletterer gleichzeitig. Es ist heute die größte Kletterhalle in Italien und gehört zu den besten in Europa. Der Eingang zum Bauwerk wurde so gestaltet, dass Kletterer im Freien und dennoch vor Witterungseinflüssen geschützt sind.

Das Gartendach des Gebäudes beherbergt die größte Photovoltaikanlage in Südtirol (fast 2 Fußballfelder), wodurch die gesamte Anlage mit rund 400.000 kW / h pro Jahr mehr Energie produzieren kann, als sie verbraucht.

Der berühmte vielfach preisgekrönte **Architekt Renzo Piano** hat unter den zahlreichen und renommierten Projekten 2013 das Museum für Wissenschaft in Trento (**MUSE**) realisiert.

Das MUSE ist ein typisches Beispiel von Bio-Architektur in Italien: das Projekt zielt darauf ab, eine echte Stadt nachzubilden. Dies geschieht durch eine Aufteilung von Voll- und Leerräumen und eine Schichtung mehrerer Funktionen, die sich aufeinander beziehen und einen Pol der städtischen Anziehungskraft bilden.

Diese Verbindung wird durch das Vorhandensein von Grün und das Thema Wasser unterstrichen, das durch die Kanäle das gesamte Gebiet durchquert und damit Reflexions- und Lichtspiele erzeugt. Genau wie ein Tablett, das die verschiedenen Elemente vollständig aufnimmt.

Die Idee ist eine enge Korrelation zwischen Funktion und Form, so dass die Nutzungsänderung auch extern deklariert wird.

Tatsächlich werden die verschiedenen Körper, aus denen sich das Projekt mit freien architektonischen Formen zusammensetzt, durch das große Schrägdach zusammengeschweißt, das zum charakteristischen Merkmal der gesamten Intervention geworden ist.

HIER finden Sie Fotos zum Projekt.

Ein anderes interessantes Projekt wurde von dem **Architekturstudio ARCHEA Associati** realisiert. In der Region Toskana wurde eine innovative Architektur für die **Cantina Antinori** realisiert.

Ziel des Architekturprojekts war es, menschliches und industrielles Handeln mit dem Landschaftskontext der Chianti-Hügel zusammenzuführen. Der Trick, der dies ermöglicht, ist die grüne Abdeckung, die einen neuen mit Weinbergen bebauten Landschaftsplan definiert und einen Blick auf das Gebäude durch horizontale Schlitze ermöglicht. Der Weg verfolgt die verschiedenen Stufen der Weinverarbeitung bis zum verborgenen und pulsierenden Herzen des Projekts, dem unterirdischen Fasskeller.

Klicken Sie **HIER** um Fotos zum Projekt zu sehen.

Die **Fachmesse Klimahouse** in Bozen ist ein wichtiger Treffpunkt der Experten für Architektur und im Bausektor.

Mit 450 Ausstellern und über 150 Events in 4 Tagen inspiriert diese Fachveranstaltung 36.000 Besucher auf der Suche nach den neuesten Trends aus dem Bausektor. Klimahouse denkt voraus und lässt Raum für Innovation und Jungunternehmen. Für die Ausgabe 2020 wurde ein Future Hub Pavillon bespielt, in dem 11 internationale Startups ihre innovativen Produkte vorgestellt haben: unter ihnen **Accademia della Bioarchitettura, Bio Building Block, FBP - Future is a better place, Glass to Power, Graffiti 4 Smart City, Eneren, Meo Energy, Paleadomus, Radicsol, Rentmas, Wood Control.**

„Eine neue Baukultur wächst“, bestätigt der Direktor der Bozener Messe, Thomas Mur. „Designer, Unternehmen und Kunden entdecken, wie wichtig es ist, an einem hochwertigen Ort zu leben, auch für den Schutz der Gesundheit. Aus diesem Grund haben wir zum fünfzehnten Mal das Logo erneuert und unseren Blick von Energiesparen auf Wohlbefinden und Komfort erweitert.“

4.2 Smart Home und Innovationen

Smart Home, intelligente Häuser, bezeichnen Gebäude, deren Systeme dank einer Überwachungs- und Steuerungsinfrastruktur integriert und automatisiert verwaltet werden. Dadurch können Energieeinsparungen, Komfort und Sicherheit der Bewohner optimiert und eine bestmögliche Integration der elektronischen Systeme erzielt werden.

In der Europäischen Union sind Gebäude für etwa 40% des Energieverbrauchs und 36% der CO₂-Emissionen verantwortlich und stellen damit den größten Einzelsektor für den Energieverbrauch dar. Dies ist auf das Alter der Gebäude zurückzuführen: etwa 35% sind älter als 50 Jahre und fast 75% müssen aus energetischer Sicht als ineffizient qualifiziert werden. Nur 0,4% bis 1,2% des bestehenden Gebäudeparks wird derzeit neu renoviert. Die Neuqualifizierung von Gebäuden spielt eine grundlegende Rolle für die Erreichung der Energieziele der Europäischen Union.

Tatsächlich wird geschätzt, dass durch die Neuqualifizierung aller bestehenden Gebäude eine Senkung des Primärenergieverbrauchs auf europäischer Ebene um 5-6% erreicht wird, das entspricht einer Reduzierung der Kohlendioxidemissionen um 5%.

Auch in Italien gewinnt das Thema der Neuqualifizierung und der Smart Buildings immer mehr an Bedeutung.

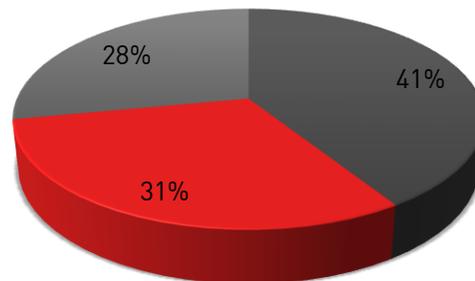
Es gibt vier Elemente, die als Schlüsselkomponenten eines intelligenten Gebäudes betrachtet werden können:

- **Building Devices and Systems:** im Gebäude vorhandene Systeme und Technologien, einschließlich Systeme zur Energieerzeugung und Effizienz, sowie der zum Thema Sicherheit gehörenden Systeme und Technologien, die die Sicherheit der Bewohner gewährleisten.
- **Automation Technologies:** Systeme und Sensoren zur Datenerfassung für Steuerungs- und Kontrollplattformen.
- **Steuerungs- und Verwaltungsplattformen:** Eine Reihe von Softwaresystemen, die durch Sensoren und installierte Systeme Daten erfassen und verarbeiten.
- **Connectivity:** Eine Reihe von Kommunikationsprotokollen (drahtlos oder kabelgebunden), die die Kommunikation zwischen Sensoren, Akteuren und der Steuerungs- und Verwaltungsplattform ermöglichen.

HIER finden Sie einen interessanten Artikel mit Beschreibung eines Smart Gebäude.

Wie viel investiert Italien in Smart Building?

Laut dem letzten von der **Energy & Strategy Group** veröffentlichten Report zum Thema Smart Building in Italien wurden allein im **Jahr 2018 rund EUR 3,6 Mrd.** in den Sektor investiert.



■ Building Devices & Solutions ■ Automation Technologies ■ Steuerungs- und Verwaltungsplattformen

Abbildung 4: Investitionen im Smart Building Bereich, 2018 – Quelle: Energy & Strategy Report

Unter dem folgenden [LINK](#) ist es möglich eine Auswahl von Top-Unternehmen aus dem Bereich Smart Building zu treffen. Für weitere Informationen zum Thema steht das [Außenwirtschaftsbüro Padua](#) zur Verfügung.

4.3 Fokus: Holzbauindustrie

Bio-Architektur boomt in den letzten Jahren und die Holzbauindustrie steht weiterhin im Trend.

Laut aktueller Marktstudie des italienischen Holzfachverbandes **Fachverband FederlegnoArredo** FLA ist Italien der viertwichtigste europäische Holzproduzent, nach Deutschland, Schweden und Großbritannien. Im Jahr 2018 wurden 3.200 Holzhäuser um 724 Euro Mio. Euro gebaut, das sind um 5 % mehr als 2017. Der Wohnbau hält dabei den größten Anteil mit 571 Mio. Euro, während der Gewerbebau einen Wert von 153 Mio. Euro erreichte. Im gesamten Bausektor gewinnen Holzgebäude immer mehr an Bedeutung, sie machen bereits 7,1 % aller Wohngebäude aus.

Mehr als die Hälfte der nationalen Produktion konzentriert sich in Norditalien: die autonome Region Trentino/Südtirol steht an erster Stelle mit einem Marktanteil von 21 %, gefolgt von der Lombardei und Venetien (beide mit 16 %) sowie den Marken als wichtigste Region im Zentrum Italiens (14 %). Der Wert der Exporte von Holzgebäuden im Jahr 2018 belief sich auf rund 50 Mio. Euro (+28 % im Vergleich zu 2017). Bei den Einfuhren stieg die Nachfrage nach Brettsper Holz (XLAM) um 27 % im Vergleich zu 2017.

FLA stellt in seiner Studie fest, dass in Italien das Interesse privater und öffentlicher Kunden am Holzbau steigt und Italien 2019 den 4. Platz unter den europäischen Herstellern von Holzkonstruktionsgebäuden erreicht hat.

Die meisten Holzbauunternehmen befinden sich in Trentino/Südtirol (24%), gefolgt von der Lombardei (22%) und Venetien (15%). In Bezug auf die territoriale Verteilung von Häusern mit umweltfreundlichem Bau liegt die Lombardei an der Spitze (Anteil von 23% aller Häuser), gefolgt von Venetien (19%), Trentino-Südtirol (12%) und Emilia-Romagna (11%). Es zeigt die allmähliche Verbreitung der Bautechniken in Holz

auch auf solche Gebiete, in denen die Verwendung von Holz als Material für strukturelle Zwecke weniger Tradition hat.

In dieser Rangliste sind bevölkerungsreiche und weniger wohlhabende Regionen und Städte nicht angeführt, dabei sind "grüne Gebäude" nicht nur den oberen sozialen Schichten vorbehalten. Dies zeigt auch ein Vergleich mit der Errichtung von Holzgebäuden in anderen europäischen Ländern, auch hier liegt Italien bei Umsatz und Produktionskapazität an vierter Stelle nach Deutschland, Großbritannien und Schweden. In all diesen Ländern zeigt sich ein relativ konstantes Wachstum, damit hat Italien in den letzten Jahren den gleichen prozentualen Marktanteil beibehalten. Bedeutsam für diese positive Entwicklung war der Impuls durch die Expo 2015 in Mailand, auf der sich fast alle Länder mit Pavillions aus Holz, teilweise in sehr innovativer Bauweise, präsentierten.

Innovation 4.0 und Holzbau sind dank der ständigen Investitionen in Weiterbildung, Software und neue Technologien eng miteinander verbunden. Die italienischen Holzunternehmen sind gut strukturiert, fast 50 % planen für das Jahr 2020 weitere Investitionen im Bereich Innovation.

4.4 Messen und wichtige Event

Um sich über die aktuellsten Entwicklungen am Architektur- und Bausektor in Italien ein Bild zu machen, die Hauptakteure der Branche zu treffen und eine wichtige Grundlage für die Marktbearbeitung zu erhalten empfiehlt sich der Besuch der wichtigsten Fachevents.

Das AußenwirtschaftsCenter Mailand mit seinen Büros in Bozen, Padua und Rom bietet Ihnen dabei auf Wunsch maßgeschneiderte Unterstützung an: dazu zählt u.a. ein strukturiertes Besuchsprogramm und fachliche Begleitung mit Sprachunterstützung.

BIENNALE Venedig

Seit ihrer Gründung vor 125 Jahren hat sich die Biennale von Venedig als Vorreiter bei der Förderung neuer künstlerischer Trends erwiesen und organisiert Veranstaltungen der zeitgenössischen Kunst nach einem einzigartigen multidisziplinären Modell. Auf der Kunstbiennale nahmen im Jahr 2017 erstmals 85 Länder teil, sie wurde zur „Mutter aller Biennalen“ und zur weltweit wichtigsten Schau für zeitgenössische Kunst.

Die Biennale mit Schwerpunkt Architektur ist jüngerem Datums und findet abwechselnd zur Kunstbiennale statt. Sie hat sich rasch etabliert und mit ihrer internationalen Strahlkraft die Kunstbiennale beinahe überflügelt.

Die **17. Internationale Architekturausstellung** findet – aufgrund der COVID-19 Krise verkürzt - vom 22. Mai 2021 statt und wird vom Architekten, Professor und Forscher Hashim Sarkis kuratiert.

„Die Welt stellt die Architektur vor neue Herausforderungen“ kommentierte Sarkis. „Ich freue mich darauf, mit Architekten aus der ganzen Welt zusammenzuarbeiten, um gemeinsam herauszufinden, wie ich diesen Herausforderungen begegnen kann.“

Sarkis ist seit 2015 Dekan der School of Architecture and Planning am Massachusetts Institute of Technology (MIT). Er hat seinen Bachelor an der Rhode Island School of Design und seinen Master und Doktor in Harvard gemacht. Seine Publikationen umfassen Bücher und Fachartikel über die Geschichte und Theorie der modernen Architektur.

ACHTUNG! COVID-19 KRISE

Aufgrund der COVID-19 Krise, die Italien seit Ende Februar 2020 massiv betroffen hat, wurden die Termine von zahlreichen Events und Veranstaltungen geändert. Besuchen Sie unsere Coronavirus Webseite, um die letzten News zu erfahren!

MADE EXPO: Architektur, Bauwesen und Design in Mailand

Die **Fachmesse MADE EXPO** ist die wichtigste Messe in Italien für Bauwesen und Architektur, die alle zwei Jahre in Mailand stattfindet. Sie gilt als Branchentreff für alle Fachleute rund um das Thema: vom Designer zum Endkunden, vom kleinen Produzenten bis zum Bauunternehmen.

Zur letzten MADE EXPO 2019 hielt Mailands Bürgermeister Giuseppe Sala fest: „Die Konzentration auf „Lebensqualität“ bedeutet, dass Gebäude und Architektur die Bedürfnisse der Gegenwart erfüllen und sich den Herausforderungen stellen müssen, die das moderne Leben mit sich bringt. Städte und Bürger fordern heute Innovation und Effizienz: Wir müssen besser bauen und erforderlichenfalls wiederaufbauen. Die Stadtentwicklung muss auf ökologischer und sozialer Ebene nachhaltig sein, d.h. unter Achtung des Territoriums erfolgen und die Gemeinschaften in den Stadtvierteln stärken. Die MADE EXPO unterstreicht auch in diesem Jahr die verschiedenen Thematiken, dank der Anregungen der Aussteller.“

FORUM PISCINE

Klein aber fein präsentiert die Messe ca. 150 Aussteller mit den letzten Trends im Pool-Bereich. Die Messe findet jedes Jahr in Bologna statt. [Hier](#) gibt es weitere Informationen zur Messe.

MCE – Mostra Convegno Expo Comfort

Alle drei Jahre öffnet die Fachmesse MCE in Mailand ihre Tore und zeigt eine Vielfalt innovativer Entwicklungen rund um das Thema Wohnkomfort. Die nächste Ausgabe ist vom 8.-11. September 2020 geplant, nähere Infos unter folgendem [LINK](#).

SAIE

Als eine der wichtigsten Messen der Baubranche mit über 45.000 Fachbesuchern hat sich die SAIE in Bologna einen Namen gemacht. Sie findet im 2 Jahres Rhythmus statt, der neue Termin ist vom 14. – 17. Oktober 2020. Weitere Informationen siehe [LINK](#).

4.5 Fachverbände, Institutionen und Top Architektur Studien in Italien

AIAPP – Associazione Italiana Architettura del Paesaggio

Nationaler Fachverband für Landschaftsbau

W <https://www.aiapp.net/>

E segreteria.nazionale@aiapp.net

ANAB – Associazione Nazionale Architettura Biologica

Nationaler Fachverband für Biologische Architektur

E info@anab.it

W <http://www.anab.it/>

Unter folgendem [LINK](#) finden Sie die Liste der Mitglieder.

ANIAI – Associazione Nazionale Ingegneri e Architetti Italiani

Nationaler Fachverband der Ingenieure und Architekten

W <https://www.aniai.org/>

OICE – Fachverband für Ingenieurwesen, Architektur und Beratung

W <https://www.oice.it/>

Unter folgendem **LINK** finden Sie die Liste der Mitglieder.

Interessante Portale und Fachzeitschriften online

<https://www.architetti.com/>
<https://www.infobuild.it/>
<https://www.archiportale.com/>
<https://www.arcadata.com/>
<https://www.area-arch.it/>
<https://www.archphoto.it/>
<https://larchitetto.it/>
<http://www.bioarchitettura-rivista.it/>
<https://www.domusweb.it/it.html>
<http://www.lindustriadellecostruzioni.it/>
<http://iqd.it/>
<https://modulo.net/>
<http://www.ilprogetto.it/>

Top Architektur-Studios

Jedes Jahr publiziert die renommierte Wirtschaftszeitung Il Sole 24Ore eine Rangliste der besten Architekturstudios Italiens. Unten die Ergebnisse nach Umsatz 2019, mit aktuellem Rang (in Klammer die Position 2018)

- 1 (3) Lombardini22 ↑
- 2 (1) One Works ↓
- 3 (2) Renzo Piano Building Workshop ↓
- 4 (4) Progetto Cmr =
- 5 (7) Cremonesi Workshop ↑
- 6 (16) Mario Cucinella Architects ↑
- 7 (8) Gpa ↑
- 8 (10) Citterio – Viel & Partners Interiors ↑
- 9 (17) Starching ↑
- 10 (9) Hydea ↓
- 11 (15) Spi – Società Progettazioni Integrali ↑
- 12 (21) Asti Architetti ↑
- 13 (11) Citterio – Viel & Partners ↓
- 14 (18) General Planning ↑
- 15 (6) Archea Associati ↓
- 16 (103) ATlproject ↑
- 17 (13) Patricia Urquiola ↓
- 18 (20) Design Group Italia ↑
- 19 (32) Park Associati ↑
- 20 (96) Schiattarella e Associati ↑
- 21 (14) Matteo Thun & Partners ↓
- 22 (19) David Chipperfield Architects ↓
- 23 (29) Made to Measure ↑
- 24 (26) Open Project ↑
- 25 (24) Studio Marco Piva ↓
- 26 (27) Tekne ↑
- 27 (22) Architetto Michele De Lucchi ↓
- 28 (23) Lissoni Casal Ribeiro ↓

- 29 (28) [Hangar Design Group](#) ↓
- 30 (35) [Stefano Boeri Architetti](#) ↑
- 31 (43) [Genius Loci Architettura](#) ↑
- 32 (45) [Il Prisma Architettura](#) ↑
- 33 (44) [Archest](#) ↑
- 34 (36) [Binini Partners](#) ↑
- 35 (39) [Carlo Ratti Associati](#) ↑
- 36 (50) [Fuksas Architecture](#) ↑
- 37 (73) [Domus Ing & Arch](#) ↑
- 38 (30) [Polistudio Aes](#) ↓
- 39 (5) [Giugiaro Architettura](#) ↓
- 40 (34) [Archilinea](#) ↓
- 41 (33) [Zuccon International Project](#) ↓
- 42 (68) [Ipostudio Architetti](#) ↑
- 43 (25) [Piuarch](#) ↓
- 44 (47) [Asa Albanese](#) ↑
- 45 (89) [Leonardo](#) ↑
- 46 (54) [Fortebis Integrated Building Services](#) ↑
- 47 (42) [J+S](#) ↓
- 48 (64) [D.Vision Architecture](#) ↑
- 49 (52) [Bioedil Progetti](#) ↑
- 50 (46) [Aegis Cantarelli & Partners](#) ↓

4.6 Das Land des Designs

Die Geburt der Designkultur in Italien lässt sich auf die Erfahrung der Renaissance-Werkstatt zurückführen, in der „Universalgenies“ mit ihrer Vielfalt von künstlerischen Fertigkeiten bislang unerreichte Maßstäbe setzten und Werke mit hohem ästhetischem Inhalt schafften.

Im Laufe der Neuzeit wurde immer mehr im Bereich „Industriedesign“ geforscht: neue Produkte entstanden im kontinuierlichen Dialog zwischen künstlerischen Strömungen, Designern und Herstellern, sie demonstrieren die erfolgreiche Verbindung der starken italienischen Handwerkstradition mit technologischer Innovation.

Bereits vor den Jahren des sogenannten „industriellen Booms“ leistete das Design einen wesentlichen Beitrag zur italienischen Wertschöpfung, indem es sich als charakteristisches Element von Produkten „Made in Italy“ etablierte und diesen eine besondere Wertigkeit verlieh. Italien war unbestritten ein Vorreiter in der interdisziplinären Betrachtung des Designs und die enge Verflechtung zwischen Designausbildung und produzierender Wirtschaft legte die Basis für viele Erfolgsgeschichten. Design ist aus der zeitgenössischen Debatte nicht mehr wegzudenken und die grenzüberschreitende Aufmerksamkeit, die italienisches Design genießt, inspiriert die Kreativszene in aller Welt.

Die Studie „Design Economy 2019“ von [Symbola](#) zählt 2017 mehr als 30.000 Unternehmen der Designszene in Italien (hier wurden auch die Architekturstudien gezählt), die 50.226 Mitarbeiter beschäftigen. Sowohl die Anzahl der Unternehmen (+5,6%) als auch die der Beschäftigten (+1,9%) zeigt steigende Tendenz, auch der Umsatz von 3,8 Mrd. Euro hat sich überdurchschnittlich entwickelt. Laut der letzten Statistiken hat die Designbranche ein Wachstum in Unternehmen Anzahl von +2,1% gegenüber 2017.

Seit der Jahrtausendwende hat sich die Stadt Mailand als Design und Trendsetting Hotspot weltweit einen Namen gemacht. Sie zeigt ihre Designaffinität über das ganze Jahr hinweg, besonders aber im April richten sich alle Augen auf die lombardische Hauptstadt: in der „Design Week“ mit der internationalen Möbelmesse „Salone del Mobile“ und den aberhundert kreativen Events, die außerhalb der Messe „Furorisalone“ in den Designbezirken Mailands für Aufsehen sorgen, präsentiert sich Mailand als wahre Hauptstadt des Designs. Kreativschaffende aus aller Welt geben sich ein Stelldichein und die unglaubliche Vielfalt der Projekte weist den Weg in eine designaffine Zukunft. Die enge Zusammenarbeit italienischer und internationaler Unternehmen ist wesentlicher Bestandteil dieses Erfolgsrezeptes, um aktuelle Trends aufzugreifen und Innovationen zu inspirieren.

Der [Salone Internazionale del Mobile](#) in Mailand gilt als die größte und wichtigste Möbelmesse der Welt. Seit über einem halben Jahrhundert zieht die bedeutendste Veranstaltung für Möbel, Design und Innovation jedes Frühjahr über 300.000 Besuchende in Italiens Kreativmetropole.

ACHTUNG! COVID-19 Krise

Aufgrund der COVID-19 Krise in Italien wurde der Salone del Mobile für 2020 abgesagt, die nächste Ausgabe findet vom 13. bis 18. April 2021 statt siehe [HIER](#)

Die Attraktivität Mailands als kreatives Zentrum mit internationaler Strahlkraft wird nicht nur durch eine Vielzahl kleinerer und mittlerer Unternehmen, sondern auch durch das Engagement von High-Tech Giganten aus aller Welt wie z.B. [Google](#), [Samsung](#), [Microsoft](#) und [Huawei](#) unterstrichen. Sie betreiben hier Forschungs- und Entwicklungszentren mit Fokus auf Design und Mode, um vom unverwechselbaren Spirit und der Innovationsfreude „Made in Italy“ zu profitieren.

[HIER](#) finden Sie einen besonderen Fokus auf die Stadt Mailand und auf die zahlreichen Initiativen der Stadt im Bereich Kreativindustrie.

Design: Nachhaltigkeit, Digitalisierung und Innovation

Design erfüllt heute weit mehr als eine optische Gestaltungsaufgabe: es definiert den Schnittpunkt zwischen Produzenten, Produkten und Konsumenten, bestimmt die Qualität eines Angebotes und ist damit entscheidend für dessen Absatzchancen und Markterfolg.

In allen Wirtschaftszweigen trifft man auf Design, es ist de facto aus keiner Branche wegzudenken. Design fungiert als Innovationstreiber und dient als Alleinstellungsmerkmal für Firmen und Produkte, die sich von der Masse abheben.

Design und Kreativität sind immer mehr mit den Themen Innovation, Digitalisierung und Nachhaltigkeit verbunden: wo digitale Technologien Neues ermöglichen, wird es Aufgabe des Designers, diese Innovationen für den Verbraucher verständlich, anwendbar und attraktiv zu machen.

Nachhaltigkeit und Kreislaufwirtschaft als gegenwärtige und zukünftige Trends spielen wie auch in den anderen Kreativbereichen eine besondere Rolle in den Produktionsprozessen. Sie berücksichtigen die Anforderungen eines anspruchsvollen Marktes, der von einer zunehmenden Nachfrage nach individuellen Lebensstilen und einem nachhaltigen Konsumbewusstsein geprägt ist.

Um vom nachhaltigen Design zu sprechen, reicht es jedoch nicht aus, das finale Produkt selbst zu betrachten. Die Produktionsprozesse, die Auswirkungen der Produktion auf die Umwelt, die Glaubwürdigkeit und Zuverlässigkeit des Unternehmens fließen ein in die zahlreichen Faktoren, welche ein „nachhaltiges Design“ bestimmen.

„Nachhaltiges Design basiert auf dem Design neuer Produkte, die als Ergebnis des besten Kompromisses zwischen ökologischen und technisch-wirtschaftlichen Parametern, unter Bewertung der Umweltauswirkungen und über die Wahl der Materialien, Formen und Strukturen entstehen“ - schreiben **Paolo Tamborrini**, Professor für Architektur und Design am **Politecnico di Torino**, und der Journalist Giorgio Tartaro.

Eine wesentliche Rolle in diesem wichtigen Weg Richtung Nachhaltigkeit spielen auch die zahlreichen und weltweit bekannten Universitäten und Institute Italiens.

Die älteste private Design-Ausbildungsstätte **Istituto Europeo di Design – IED** hat beispielsweise im Jahr 2019 zusammen mit der **Gemeinde Mailand** einen besonderen Fokus auf die Rolle des Designs und der Designer für die Realisierung neuer Produkte oder Idee gelegt. Hauptaugenmerk liegt auf den Ansprüchen und Bedürfnisse einer Hauptstadt, die sich proaktiv mit den Herausforderungen der Zukunft auseinandersetzt.

„**SMART RESILIENT APPROACH FOR SOCIAL INNOVATION: WHAT ROLE FOR DESIGN?**“ heißt ein Projekt des IED, das im internationalen Umfeld präsentiert wurde.

„Passing through the projects developed by design students in IED Milano in the past few years, we realized that design is driving innovation towards a definition of environmental sustainability, revealing a new role for design in achieving resilience experienced by the citizens in their daily lives“ – so sagte Andrea Tosi, Direktor International Relations.

Die Studenten von IED haben dazu beigetragen, eine Lösung für die zahlreichen Herausforderungen der Gegenwart zu finden. Interessant ist zu sehen, welche Rolle das Design spielt in:

- der Bekämpfung von Überproduktion und Umweltverschmutzung;

- der Öko-Innovation und Ästhetik, um die Produktlebenszyklen zu verlängern;
- der Erfindung neuer Materialien;
- der Aufdeckung von ineffizienter Fertigung oder verschwendeten menschlichen Arbeit;
- der Logistik und Verteilung;
- der Kommunikation.

Die AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA der Wirtschaftskammer Österreich ist seit 2018 Kooperationspartner des IED, erfahren Sie [HIER](#) mehr.

Aktuelle Fragen zum Thema Design werden auch vom [Politecnico di Milano](#) aufgegriffen, eine der führenden europäischen Technischen Universitäten im Engineering und bei Architektur. Mit dieser Top-Universität verbindet die Wirtschaftskammer Österreich ebenfalls seit 2018 ein Kooperationsabkommen, das österreichischen Firmen einzigartige Zugänge bietet siehe [HIER](#).

Etablierte und immer wieder neu definierte Strukturen, von kulturellen Einrichtungen, Messen und Ausstellungsräume über Verlage und Schulen, Shows und Events prägen das lebendige und dynamische Klima Mailands. Es trägt zur Bereicherung der Ausbildung sowie des beruflichen Werdeganges bei und stimuliert eine erweiterte Erfahrung mit Design in all seinen aktuellsten Formen, stets im Hinblick auf kontinuierliche Innovation.

Die Abteilung [POLI.Design](#) definiert ihre Aufgaben so: „Unterstützung für Unternehmen, Organisationen, Verbände und Institutionen, die das Bedürfnis nach einem besonderen Beitrag von Methoden, Fähigkeiten und Ideen verspüren, um ihren Wert und ihre Identität in Bezug auf Qualität, Kreativität und Innovation durch Design zu steigern“.

Klicken Sie [HIER](#) und entdecken Sie die neuesten Projekte von POLI.design!

4.7 Design Week 2019 – „Austria is the New Coolness“

Italien als Österreichs zweitgrößter Wirtschaftspartner spielt eine besondere Rolle, sowohl als Absatzmarkt als auch für die gemeinsame Entwicklung von innovativen Produkten, mit denen neue Märkte erschlossen werden.

Kreativität und Knowhow zählen zu den tragenden Säulen des österreichischen Exporterfolges. Mit Erfindergeist, handwerklicher Präzision und innovativem Vorsprung als gemeinsames Markenzeichen erobert sich österreichisches Design weltweite Anerkennung.

Österreich feierte 2019 nach einer kurzen Pause ein fulminantes Comeback mit der von der AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA organisierten Ausstellung [„Austrian Design – Pleasure & Treasure“](#) an der Mailänder Designwoche und öffnete die Türen der Sala Reale für eine österreichische Leistungsschau, in der die Grenzen zwischen „traditionellen“ und „kreativen“ Ansätzen aufgebrochen und spannende Designobjekte gekonnt in Szene gesetzt wurden. Von Wohnaccessoires bis Büromöbel, von Tableware bis hin zu Leuchten – eine Expertenjury wählte die Beiträge von 40 Designerinnen und Designern sowie produzierenden Unternehmen nach Kriterien wie Innovationsgrad, Verarbeitung und formellen, ästhetischen sowie funktionellen Qualitäten aus. Unter den Exponaten befinden sich sowohl Werke von etablierten Designgrößen als auch von aufstrebenden Newcomern.

Bereits zum achten Mal präsentierte Österreich parallel zur Mailänder Möbelmesse eine hochkarätige Auswahl neuester Design-Produkte aus Österreich – in diesem Jahr in der Sala Reale, dem ehemaligen königlichen Warteraum am Zentralbahnhof. Die exklusive Location ist nur selten zugänglich und wurde erstmals während der Designwoche bespielt. Für das Ausstellungskonzept unter dem Motto „Austrian

Design - Pleasure & Treasure“ zeichnen die vielfach prämierten Architekten Vasku & Klug verantwortlich.

HIER finden Sie unser Ausstellungsvideo und **HIER** unsere Bildgalerie.

Die österreichische Designausstellung 2019 hat sich in der Kombination von Location und Bespielung als vielbeachtetes Highlight der Mailänder Designwoche etabliert. Die Presseresonanz mit 163 internationale Fachartikel, davon 61 in deutschsprachigen Print- und Onlinemedien (55 in Österreich und 6 in Deutschland), und 102 in nicht-deutschsprachigen Medien (55 in Italien und 47 in insgesamt 20 anderen Ländern und Regionen auf vier Kontinenten, von Brasilien bis Neuseeland) unterstrich diesen außergewöhnlichen Erfolg. Im Februar 2020 wurde der österreichische Beitrag mit dem iF Design Award 2020 in der Kategorie „Interior Architecture“ ausgezeichnet.

Seit 2010 organisiert die AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA österreichische Designausstellungen am Fuori-saone in Mailand. Alle **bisherigen Ausstellungen** zeichneten sich durch ein hohes Maß an Qualität, Innovation und Charme aus und wurden mit diversen internationalen Design-Awards prämiert (iF Design Award 2015 in der Kategorie Gold; red dot Award 2015 in der Kategorie Communication Design; German Design Award 2016 in der Kategorie Excellent Communication Design).

ABBILDUNGEN: Austrian Design – Pleasure & Treasure © AUSSENWIRTSCHAFTSCENTER MAILAND







Michael Otter, Leiter AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA kommentierte: „Es hat mich sehr beeindruckt wie viele Menschen in der Stadt nach Veranstaltungen und Installationen suchen. Ich sah viele mit einem großen Lächeln aus dem Sala Reale kommen und stellte fest, dass die österreichische Möbelindustrie, die österreichische Designindustrie mit ihren Unternehmen und Designern einen großen Beitrag dazu leisten uns als cooles und innovatives Land zu positionieren! In diesem Sinne hat die Ausstellung wirklich Spuren hinterlassen. Austria is the New Coolness!“ (Zitat von Riccardo Balbo, Dean IED)

ACHTUNG! COVID-19 KRISE

Aufgrund der COVID-19 Krise präsentiert sich der Fuorisalone im Juni 2020 im neuen Format:

Ziel ist, Unternehmen und Designern trotz der **Verschiebung der Möbelmesse** auf 2021 die Möglichkeit zu bieten, sich und Ihre Produkte einem Fachpublikum in digitaler Form zu präsentieren:

- **Fuorisalone.TV:** online video Programme (vom 15. bis 21.06.2020) mit Design Talks, Interviews, Produktpräsentationen, und vieles mehr.
- **Fuorisalone.Meets:** Produktpräsentationen auf dem Portal Fuorisalone.it (während des ganzen Monats Juni) und Networking Events zwischen Unternehmen, potentiellen Kunden, Händlern, etc.
- **Fuorisalone.China** (NEU): Highlights vom chinesischen Design – in Juni
- **Fuorisalone.Japan** (NEU): Highlights vom japanischen Design – in Juni

Weitere Informationen finden Sie auf der Webseite des [Fuorisalone.it](https://www.fuorisalone.it) und [HIER](#).

Geplant ist ebenso eine **Fall Design Week: 9. – 17.10.2020 (auch “Brera Design Days – BDD”) in Mailand**. Diese Kreativwoche wird von **Studiolabo** (Werbeagentur für kulturelle Events mit Fokus auf Design) und **Brera Design District** unter der Patronanz der Gemeinde Mailand seit 2016 organisiert und bietet ein Potpourri aus Meetings, Talks, Exhibitions, Events und Workshops. Die letzte Ausgabe fand vom 4.-10.10.2019 statt, Thema war: „Grand'Italia(?)“ in Zusammenarbeit mit intern. Partner, Architekten, Designer, Journalisten, Universitäten und Designinstitute (darunter auch unsere Kooperationspartner Politecnico di Milano und IED). Siehe unter **LINK** sowie im **Press Report** (nur auf ITA verfügbar).

4.8 Top Stakeholder

ADI – Associazione Disegno Industriale

W <https://www.adi-design.org/>

E info@adi-design.org

AIPI – Associazione degli Interior Designers

W <http://www.aipi.it/>

E info@aipi.it

AIAP Associazione Italiana Design Comunicazione Visiva

W <http://www.aiap.it/>

E aiap@aiap.it

BRERA DESIGN DISTRICT

W <http://www.breradesigndistrict.it/>

E info@breradesigndistrict.it

VENTURA PROJECT

W <http://www.venturaprojects.com/>

E milano@organisationindesign.com

Webseite und interessante Links

- <https://www.elledecor.com/it/>
- <https://www.domusweb.it/it.html>
- <http://www.abitare.it/it/>
- <https://www.cosedicasa.com/>
- <https://www.internimagazine.it/>
- <https://www.casafacile.it/>
- <https://living.corriere.it/>

5. ENTERTAINMENT INDUSTRIE

Die Kreativität Italiens zeigt sich auch im vielfältigen Unterhaltungssektor des Landes. Filmindustrie, Kunst und auch Videogames und Comics leisten einen wichtigen Beitrag zur Wirtschaft. Die folgenden Seiten bieten Einblick in die unterschiedlichen Bereiche der Entertainment Branche.

5.1 Filmindustrie in Italien

Die italienische Filmindustrie blickt auf eine lange und reiche Geschichte zurück, ihre Geburtsstunde schlug bereits im Jahr 1905.

Eine **Studie von UniCredit** „Die Filmindustrie ist für Italien Kultur, Industrie und Forschung“ widmet sich den vielfältigen Facetten der Filmindustrie und berechnet, dass diese (d.h. Produktion, Verleiher, technische Industrie, Hersteller von Filmgeräten) einen Umsatz von rund 4 Mrd. Euro erwirtschaftet hat. Sie zählt über 2.000 aktive Firmen, fast alle (97%) sind Kleinunternehmen mit einem Umsatz von weniger als 10 Mio. Euro/Jahr.

Das Filmgeschäft wird von Global Playern dominiert: die zwei Giganten von On Demand - vor allem **Netflix** und **Amazon Prime Video**- haben die Spielregeln grundlegend geändert. Die Studie weist jedoch nach, dass italienische Unternehmen in der Lage sind, eine positive Umsatzdynamik zu gewährleisten. Im Jahresdurchschnitt stiegen die Umsätze zwischen 2013 und 2017 um 3-6%, es zeigen sich auch eine hohe Rentabilität entlang der Wertschöpfungskette (Filmproduzenten und Verleiher haben 2017 eine EBITDA-Marge von 11% bzw. 43% erwirtschaftet) und solide Kreditkennzahlen (über 60% der Unternehmen sind auf Investment-Grade-Niveau).

Im Jahr 2019 sind auch die die Einnahmen in italienischen Kinos um 14,35% und die Besucheranzahl um 13,55% deutlich gestiegen. Die Produktionen (einschließlich Ko-Produktionen) erreichte 134,9 Mio. Euro, davon 21 Mio. auf italienischen Produktionen.

Auf internationaler Ebene steht auch 2019 die US-amerikanische Filmindustrie an erster Stelle (Box-Office Einnahmen von 414 Mio. Euro, +34,8% gegenüber 2018) gefolgt von Italien, dann UK (39 Mio. Euro, - 50,9%), Frankreich (21,6 Mio. Euro, -25,6%) und Japan (4,5 Mio. Euro, +69,11%).

„Der Wettbewerb im kino- und audiovisuellen Bereich ist sehr stark“, erklärt Francesco Rutelli, Präsident von **Anica**, Fachverband der Filmindustrie Unternehmen. „Italiens kreative und produktive Fähigkeiten stehen außer Frage, und Italien gehört mit Sicherheit zu den gefragtesten Ländern für Produkte und Talente. Der globale Wandel macht den Wettbewerb jedoch immer schwieriger: die Integration in diesem Sektor, einschließlich in die Welten der digitalen Innovation, ein solides Wachstum der Unternehmen und die Fähigkeit, sich internationalen Märkten zuzuwenden, sind die strategischen Ziele für die italienischen Unternehmen.“

„Die italienische Filmindustrie erlebt eine ständige Entwicklung, die von Innovationen angetrieben wird. Die Branche kann sicherlich eine führende Rolle als Anbieter von Qualitätsinhalten spielen. Die Verfügbarkeit neuer Plattformen ist eine großartige Chance für das Wachstum und die Entwicklung für die gesamte Filmbranche.“ So ein Sprecher von UniCredit Corporate, das sich als Partner der Filmbranche sieht und diese auf ihrem Wachstumspfad in Italien und weltweit unterstützt.

5.2 Top Filmproduktionshäuser

- 01 Distribution
- Caro Film
- Cartoon One
- Casanova Multimedia
- Cattleya (azienda)
- Cines
- Cristaldifilm
- Dall'Angelo Pictures
- Eagle Pictures
- Fandango
- Filmauro
- GA&A Productions
- Genoma Films
- Good Films
- Indiana Production
- Indigo Film
- Istituto Luce Cinecittà
- Lucisano Media Group S.p.A
- Kimerafilm
- Lucky Red
- Maga Animation Studio
- Medusa Film
- Minerva Pictures
- Mood Film
- Officine UBU
- Palomar
- Rai Cinema
- Rodeo Drive
- Sacher Film
- Tempesta
- Wildside

5.3 Cinecittà: Studios in der Ewigen Stadt

Cinecittà ist der klingende Name der Filmstadt in Rom, die auf einer Fläche von über 400.000 Quadratmetern seit über 80 Jahren Filmschaffende und Künstler aus aller Welt anzieht. Die Studios sind nur wenige U-Bahn-Stationen vom Zentrum Roms entfernt und waren Drehort für über 3.000 internationale Filme.

Große Namen der italienischen Regie wie Federico Fellini, Ettore Scola, Sergio Leone, Luchino Visconti, Alberto Sordi und Vittorio De Sica sowie weltbekannte Schauspielerinnen wie Anna Magnani, Sophia Loren, Gina Lollobrigida oder Claudia Cardinale sind mit der Filmstadt eng verbunden. Auch namhafte internationale Regisseure wie Martin Scorsese und Francis Ford Coppola ließen sich in diesen Studios inspirieren. Auf den Sets der Cinecittà wurden viele wichtige Kapitel der Filmgeschichte geschrieben, sie trugen das lebendige Gesicht Roms, das unnachahmliche „Dolce Vita“, in die Welt hinaus.

Im neuen Jahrtausend waren in den Cinecittà-Theatern weiterhin wichtige amerikanische Produktionen zu sehen, darunter Martin Scorseses „Gangs of New York“, die „Passion von Christi“ von Mel Gibson und in jüngerer Zeit „Catch 22“ von George Clooney.

Nach über 20 Jahren in privaten Händen ging die Leitung der Studios im Juli 2017 an das **Istituto Luce-Cinecittà** als börsennotiertes Unternehmen, an dem das Ministerium für Wirtschaft und Finanzen beteiligt ist. Sie hat das Ziel, die Cinecittà weiter zu entwickeln und dabei auch von neuen staatliche Förderungen zu profitieren.

Die Studios sind noch heute ein echtes italienisches Aushängeschild des audiovisuellen Sektors mit institutioneller und kultureller Seele sowie Treffpunkt für internationale Kooperationen und Produktionen.

Derzeit arbeitet das Institut an der Umsetzung eines Entwicklungs- und Modernisierungsplans für den gesamten Komplex:

- Zwei große Avantgarde-Theater und ein permanentes Green-Screen-Studio;
- Ein Schwimmbad für Unterwasseraufnahmen;
- **MIAC - Italienisches Museum für Audiovisuelles und Kino**, in Synergie mit "Cinecittà zeigt sich" und mit einem Labor, das für die Restaurierung der Filme und für analoge Produktionen wieder in Betrieb genommen wird.
- "Strada dei Mestieri" ein Zentrum für Ateliers von audiovisuellen Fachleuten, Bühnenbildnern und Kostümbildnern, die vor Ort nationale und internationale Produktionen unterstützen und so zur Senkung von Personalkosten beitragen können.

HIER finden Sie das ganze Dienstleistungspaket der Studios in Cinecittà.

6. VIDEOGAMES

Die italienische Industrie für Videogames setzt ihren Siegeszug auch 2019 weiter fort, sowohl Nachfrage und Angebot steigen ständig an.

Laut letzten Statistiken von **IIDEA – Italian Interactive Digital Entertainment Association** ist der Sektor über Erwarten gewachsen, vor allem dank der digitalen Inhalte. Videospiele und Konsolen erzielten im Jahr 2018 einen Umsatz von 1,3 Mrd. Euro bzw. 426 Mio. Euro, der digitale Markt (downloads auf Konsolen und PCs sowie Apps für mobile devices) hat sich mit 86,6% fast verdoppelt und erreichte einen Wert von 548 Mio. **HIER** finden Sie die Liste der Mitglieder des Fachverbandes IIDEA.

16,3 Mio. Italienerinnen und Italiener spielten im letzten Jahr Videogames, das entspricht über einem Drittel (37%) der italienischen Bevölkerung zwischen 6 und 64 Jahren. Der Anteil der Männer ist mit 54% nur geringfügig größer als derjenige der Frauen. Besonders nachgefragt werden Videospiele in den Altersgruppen von 15 bis 34 Jahren und zwischen 45 und 64 Jahren. Dies ist ein Beweis dafür, dass sich Videospiele in den letzten Jahren als kulturelles Phänomen über enge Altersschranken hinweg etabliert haben.

Die auch in Italien mit über 10,1 Mio. Nutzern am häufigsten verwendeten Spieleplattformen sind mobile Geräte wie Smartphones und Tablets. Es folgen PCs und Heimkonsolen mit 7,6 Mio. und 6 Mio. Benutzern. Am meisten Spielzeit wird an den Konsolen mit durchschnittlich 5 Stunden pro Woche verbracht, etwas weniger gespielt wird auf Mobilgeräten (4,3 Stunden/Woche) und auf dem PC (4,2 Stunden/Woche). Weitere Statistiken siehe **HIER**.

Von der starken Nachfrage nach Videogames profitieren auch die Spieleentwickler: Game Designer hat sich zu einem trendigen Beruf etabliert, gefragt sind Regeln und Strukturen für neue Spiele, darunter die Definition der Verhältnisse der Spieler untereinander, Ziele sind vorzugeben sowie Sequenzen und Spielinformation zu überlegen.

In Italien werden in dem Bereich auch immer mehr Weiterbildungskurse angeboten: das Politecnico di Milano hat seit Jahren das **PoliMI Game Collective** gegründet. Der Kurs "Design und Programmierung von Videospiele" konzentriert sich auf das Design und die Entwicklung von Videospiele. Die Schüler lernen die Grundlagen des Entwurfs und der Programmierung von Videospiele, besuchen spezielle Seminare von Experten vor Ort und bilden Projektgruppen, um ein einfaches Videospiele zu entwerfen, zu erstellen und zu demonstrieren.

Auch die Universität von Verona führt einen Masterlehrgang in Videogame Design durch, **HIER** die Informationen.

Die Digital Bros Game Academy bietet spezialisierte Kurse an, siehe dazu **HIER** ..

COVID-19 Krise: die größten Plattformen und Provider unterstützen Italien

Aufgrund der COVID-19 Krise hat der Markt für Videospiele und Streaming ein rasantes Wachstum erlebt. Die bekanntesten Plattformen wie Amazon Prime Video, Infinity, TIMVision oder Minerva Pictures stellten Italienerinnen und Italienern kostenlose Zugänge, Filme und Videogames zur Verfügung.

6.1 Die wichtigsten Player

Artematica ist einer der bekanntesten italienischen Videospieldevelopper und -produzenten. Das Unternehmen wurde 1996 in Chiavari nach einer Idee von Riccardo Cangini gegründet, Designer und Autor von Videospiele mit langjähriger Erfahrung sowie Vorreiter für die Entwicklung dieser Spiele in Italien. Produziert werden Videospiele für Konsolen (einschließlich PlayStation 2, PlayStation 3 und PSP), PCs und Mobiltelefone. Artematica ist außerdem ein Pionier bei der Herstellung von Werbespielen, d.h. Videospiele, die für die Übermittlung von Werbebotschaften geeignet sind.

Die Videospiele „designed and made by“ Artematica werden dank einer Partnerschaft mit Ubisoft, Warner Bros und Disney auf der ganzen Welt vertrieben. Artematica stellt traditionell auch Grafik-Abenteuerspiele mit einer grafischen Benutzeroberfläche her, die eine lange Durststrecke überwunden und mit Beginn des neuen Jahrtausends – nicht zuletzt dank der verbesserten Grafikinhalte – eine neue Renaissance erlebt haben.

Milestone wurde 1996 in Mailand gegründet und ist heute dank der hohen Qualität seiner Produkte der größte italienische Hersteller von Videospiele für PCs und Konsolen.

Die Spezialität dieses Unternehmens liegt in der Entwicklung von Produkten, die auf den Motorsport zugeschnitten sind, darunter Auto- und Motorradrennen sowohl im Gelände als auch auf der Straße. Das Kreativteam von Milestone mit seiner Begeisterung für diese Sportwelt ist die Grundlage für die Entwicklung faszinierender Videospiele in bestechender Qualität. Um stets am Laufenden zu sein arbeitet Milestone Seite an Seite mit den Ingenieuren der großen Auto- und Motorradhersteller zusammen. Möglichst viele Details aus der Realität fließen in die Games ein, damit der Spieler das Gefühl erhält, wirklich am Steuer des Fahrzeugs zu sitzen.

Zu den Meisterwerken von Milestone gehören "MotoGP 13" und "Moto GP 17", das sind Videospiele, die sich auf die MotoGP der jeweiligen Jahre beziehen; "MXGP The Official Motocross Videogame" ist das offizielle Spiel zur Motocross-Weltmeisterschaft und der "WRC 4 FIA Rallye-Weltmeisterschaft". Der letzte große Erfolg ist "Monster Energy Supercross - Das offizielle Videospiele", das seit Mitte Februar 2020 auf PlayStation 4, Xbox One und Windows PC / STEAM verfügbar ist.

Ovosonico wurde von Massimo Guarini, Creative Director und langjähriger Experte im Gaming-Bereich, und Gianni Ricciardi, Audio Director für Videospieldevelopper, gegründet. Es ist auf die Produktion von Konsolenspielen spezialisiert, das Motto der Gründer ist, ihr Publikum durch besondere Emotionen und Empfindungen anzusprechen. Nach zwei Jahren zeigte sich mit "Murasaki Baby", entwickelt für die PlayStation Vita-Plattform von Sony, ein durchschlagender Erfolg. "Last Day of June" wurde im Sommer 2017 fertiggestellt und von 505 Games für PlayStation 4 und PC veröffentlicht.

34BigThings besteht seit 2013 als unabhängiges Produktions- und Entwicklungsstudio für Videospiele. Dutzende Experten von 2D- und 3D-Künstlern bis hin zu Spieledesignern, von Programmierern bis zu Konzeptkünstlern, fanden sich zusammen um Produkte zu schaffen, die aufgrund ihrer Einzigartigkeit in Erinnerung bleiben sollen.

Den Firmengründern Valerio Di Donato, Giuseppe Franchi und Giacomo Ferronato gelang mit ihrem Netzwerk von Fachleuten der Aufbau eines neuen Bezugspunktes für die Videospieldevelopment und -produktion. Das Indie-Studio in Turin gewann 2017 mit „Redout“ den "Golden Dragon"-Preis für das beste italienische Videospiele, ein beeindruckender Erfolg für das damals 5 Jahre junge Unternehmen.

Forge Replay wurde 2011 in Mailand gegründet und zeichnete sich in kurzer Zeit durch den Einsatz modernster und innovativer Technologien aus. Die Fachleute (Entwickler, Animatoren, Spieledesigner, 2D / 3D-Künstler usw.) brachten nicht nur Videospiele, die als "traditionell" definiert werden können, auf den

Markt: sie entwickelten auch Anwendungen mit Augmented und Virtual Reality, die sowohl der reinen Videospieldwelt gewidmet sind als auch Einsatz z.B. im Gesundheitsbereich finden (etwa Bereitstellung für Rehabilitations- und Krankenhauseinrichtungen zur Behandlung bestimmter Pathologien). Die neuesten Werke von Forge Reply sind "In Space We Brawl", ein Action-Videospiel, das für Plattformen wie PS3, PS4, Xbox One sowie für PC und Mac entwickelt wurde, "Joe Devers Lone Wolf", entwickelt für PS4, Xbox One, PC, Mac und Android und schließlich das innovative "Theseus", ein Abenteuer im Labyrinth des Minotaurus, das in einem dunklen und aktuellen Klima neu angepasst wurde. Dies war ein großartiger Test für die Professionalität des Studios im Virtual Reality-Bereich und bietet dem Spieler ein umfassendes Erlebnis in einer fantastischen Welt.

MixedBag ist ein kleines Indie-Studio, das aus der Idee der Videospielexperten, dem Grafikdesigner Andrea Gellato und dem Programmierer Mauro Farinelli, hervorgegangen ist. Es besteht seit 2011, als seine Gründer die Idee hatten, den Prototyp eines Abenteuerspiels für das iOS-System zu erstellen. MixedBag hat als erstes italienisches Studio einen PS4-Titel veröffentlicht. Dieser spielt eine wichtige Rolle für die Entwicklung des Gameplays und der Virtual-Reality-Mechanik. Die Arbeit von MixedBag ist auf alle Plattformen ausgerichtet (Konsole, PC und Handy), zu den Produktionen zählen "Futuridium EP Deluxe", die ursprünglich auf PS4 und PS Vita veröffentlicht und anschließend auch für Windows, MAC, Linux, Steam OS und "Forma.8" verfügbar gemacht wurden.

Storm in a Teacup, **Tiny Bull Studios** und **Lunar Great Wall Studios** zählen zu den weiteren wichtigen Studios für die Entwicklung von Videospielen in Italien.

6.2 Veranstaltungen "not to miss"

MILANO GAMES WEEK und **CARTOONICS** zusammen für die Ausgabe 2020 von 02. bis 04. Oktober 2020 in Mailand zeigen die neuesten internationalen Trends und Entwicklungen.

LUCCA COMICS and GAMES ist der wichtigste internationale Termin in Europa für Comics-Lovers und Cosplayer – mit Fokus auf Comics, Brettspiele und Rollenspiele, aber auch Videogames.

Interessante Links

<https://multiplayer.it/>

<https://store.steampowered.com/?l=italian>

<https://www.thegamesmachine.it/the-games-machine/>

7. MUSIKSZENE

Der italienische Musikmarkt hat im Jahr 2018 eine Wertschöpfung von 228 Mio. Euro im Jahr 2018 erzielt und wuchs laut Statistik des Fachverbandes **FIMI – Federazione Industria Musica Italiana** um 2,6% im Jahresvergleich. Alleine durch das Streaming für die Plattformen **Spotify** oder **Deezer** generierten italienische Plattenfirmen mit Abonnements Umsätze im Wert von 66,6 Mio. Euro. Streamingdienst insgesamt sichern 41%, d.h. 94,8 Mio. Euro des Gesamtumsatzes der Branche, inkludiert sind auch Werbungen auf den Plattformen um 10 Mio. Euro und 17,7 Mio. Euro aus den Klicks auf die online abgespielten Musikvideos.

Der Markt für Tonträger ist dagegen eingebrochen und liegt 2018 bei 61,9 Mio. Euro (-27% gegenüber 2017). Er umfasst CDs für 47 Mio. Euro und Schallplatten im Wert von 13,6 Mio. Euro (-15%). Auch die Einkäufe per Download gingen um -18% zurück und lagen bei etwas mehr als 11 Mio. Euro.

Eines bleibt unbestritten: Italien ist ein Land der Musik. Laut dem letzten Report von FIMI hören 59% der Italienerinnen und Italiener ständig Musik. Der Durchschnitt liegt bei 16,3 Stunden Musik pro Woche, wovon 57% durch Streaming und 16% über Smart-Speaker gehört werden. 43% der Italiener hören Musik auf der Strecke zur und von der Arbeit, 47% während der Hausarbeit oder beim Kochen, 49% wenn sie alleine sind, 63% beim Relaxing zuhause und 76% im Auto.

Rundfunk spielt im Alltag der Italienerinnen und Italiener seit jeher eine besonders wichtige Rolle. Trotz der Zunahme des Streamings hören 35 Mio. Italiener Radio (Daten von **Tavolo Editori Radiofonici**). Die Hauptkonsumenten sind, wenig überraschend, Erwachsene; die Altersgruppe zwischen 10 und 20 bevorzugen ihren Musikgenuss über andere Plattformen wie Spotify oder Youtube.

Mit zunehmendem Alter ändern die Hörerinnen und Hörer ihre Gewohnheiten und verwenden das Radio vermehrt als Informationsquelle (Verkehr, Nachrichten usw.). Das Radio wird damit ebenso wie Zeitungen u.a. Printmedien von einem älteren Kundenkreis nachgefragt.

Die gesamte Musikbranche ist - wie viele andere Wirtschaftsbereiche - durch die Schließungen der italienischen Regierung im Zuge der Bekämpfung der COVID-19 Krise gestoppt worden. Die Auswirkungen sind bereits spürbar, Geschäfte und Betriebe geschlossen, neue Veröffentlichungen wurden bis nach dem Sommer verschoben, leere Kinos und Aufnahmeräume bieten ein trauriges Bild.

In den ersten Wochen wurden Verkaufseinbrüche bei CDs und Vinyls) von über 60% festgestellt, bei den damit verbundenen Rechten von über 70% (aufgrund der Schließung von Handelsbetrieben und der Absage/Verschiebung von Events oder Synchronisierungen). Das Streaming leidet ebenfalls unter dem Mangel an Neuerscheinungen, welche normalerweise die Konsumfreude stimulieren, und der aufgrund der COVID-19 Maßnahmen eingeschränkten Mobilität der Verbraucher (67% hören Musik im Auto).

2019 hatte die Branche laut IFPI-Daten noch mit + 8% (auf 247 Mio. Euro) das höchste Wachstum seit fünf Jahren ausgewiesen. Durch das Streaming hat der digitale Anteil 26,7% in Italien erobert, der über 70% aller Einnahmen lukriert. Der Verkauf von Tonträgern ging um -13,8% zurück, was durch die aktuelle Gesundheitskrise leider weiter verschärft werden wird. Im Jahr 2019 wurden um -20,9% weniger CDs verkauft, Vinyl stattdessen blieb mit +7,3% weiter attraktiv.

Der „Kulturbonus“ trug 2019 mit fast 20 Mio. Euro dazu bei, den Rückgang in diesem Marktsegment zu begrenzen. Durch die kürzlich erfolgte Ausweitung des Bonus auf alle 2001 geborene Menschen soll ein breiteres Publikum angesprochen werden, das auch in der Zeit nach der Krise dieser Branche verbunden bleibt.

Der große Anteil italienischer Produktionen von 87% der im Jahr 2019 meistverkauften Alben (einer der höchsten nationalen Repertoire-Prozentsätze der Welt) könnte ebenfalls unter der Krise leiden. Ohne die Möglichkeit zu Aufnahmen, Konzerten und Tourneen wird mit einem verheerenden Einbruch der gesamten Lieferkette von Kreativen, Studiotechnikern und Arbeitern in der Branche zu rechnen sein.

Gefordert werden daher Stützungsmaßnahmen für die Branche, wobei der Schwerpunkt auf steuerlichen Elementen wie der Ausweitung der Steuergutschrift auf alle Werke und der MwSt. Kürzung auf 4% liegt.

7.1 Die größten Kanäle

Laut TER Daten zum Radiohören für das Jahr 2019 wird **RadioMediaset** (Radio 105, Virgin Radio, R101, Radio Monte Carlo, Radio Subasio) als größte nationale Radiogruppe bestätigt und bedient täglich 37,0% aller Zuhörer (2018: 36,3%).

RTL 102.5 behauptet die absolute Führungsrolle. Gemeinsam mit Radiofreccia wird RTL 102.5 das höchste Wachstum unter den nationalen Radiosendern bestätigt, auch Radio Zeta liegt im positiven Trend und ist landesweit der wichtigste Radiosender mit täglich über neun Mio. Hörern.

Top-10 Radiokanäle (Anzahl der Zuhörer) für das Jahr 2019 – Daten von TER:

- RTL 102.5 (684.000)
- Radio 105 (523.000)
- RDA (474.000)
- Radio DeeJay (523.000)
- Radio Italia Solo Musica Italiana (414.000)
- Rai Radio1 (307.000)
- Radio Kiss Kiss (256.000)
- Rai Radio2 (222.000)
- Virgin Radio (215.000)
- Radio 24 (201.000)

7.2 Musikfestivals und Events

Italien bietet neben seiner historischen Geschichte, kulturellen Bedeutung und einzigartigen Gastronomie auch noch eine atemberaubende Landschaft, die sich hervorragend als Kulisse für Festivals eignet.

Obwohl in den Sommermonaten Juni – August die Hochsaison für Festivals ist, bietet Italien das ganze Jahr über eine Fülle von Festivals der unterschiedlichsten Genres, von einer überschaubaren Elektro-Party am Strand bis hin zu riesigem Rock Events.

Führend sind Electronic- und Techno-Festivals wie z.B. das **Kappa FuturFestival**. Dieses findet unter einem eindrucksvollen Metallgerüst im Turiner Parco Dora statt. Kappa Futur Festival zählt zu den besten Techno Festivals Europas.

Ypsigrock ist ein Festival der Alternative und des Indie Rocks. Es zählt neben HOME, zu den beliebtesten Festivals in Italien, da es im wunderschönen Sizilien auf dem Gelände des historischen Schlosses Castelbuono stattfindet.

HOME bietet den Gästen verschiedene Genres (Rock Ikonen, Reggae Legenden, Chart Stürmer...), legt aber auch besonders Fokus auf einheimische Musikstars und promotet aufstrebende Sänger und DJs der italienischen Musikszene.

Das **Collisioni Festival** bietet neben dem Festival Weinproben und Weingutbesichtigungen im pittoresken Barolo (Piemont) an. Collisioni ist auch ein interessanter Termin für kulturelle Tagungen, Workshops und Talk-Shows mit berühmten Schriftstellern, Schauspielern und Journalisten.

Nicht zu vergessen ist das berühmte **Festival della Canzone Italiana** (Sanremo – Festival). Dieses Fest des italienischen Liedes ist der bedeutendste Musikwettbewerb Italiens und war nicht zuletzt Anregung zur Ausrichtung des Eurovision Song Contests.

8. FERNSEHEN

Die Gruppe **Mediobanca** hat in einer Studie die Entwicklung der wichtigsten italienischen Fernsehstationen zwischen 2014 und 2019 analysiert, Perspektiven aufgezeigt und mit den größten europäischen privaten und öffentlichen Fernsehanstalten verglichen.

Im Jahr 2018 setzten Radio und Fernsehen in Italien 9 Mrd. Euro um (+ 1,8%), wobei das frei empfangbare Fernsehen mit 4,8 Mrd. Euro und +0,4% de facto stagnierte und Pay-TV mit +2,9% auf 3,5 Mrd. Euro stieg (Radio hält einen kleinen Anteil von 0,7 Mrd. EUR, wuchs jedoch um +6,7%). Der Markt ist stark konzentriert und die drei Hauptbetreiber **Rai**, **Mediaset** und **Sky Italia** halten gemeinsam rund 90% der gesamten Fernseheinnahmen.

An der Spitze der Free-TV-Umsätze stehen Rai (47,3%) und Mediaset (34,3%), weit abgeschlagen liegen Discovery (4,3%), La7 (2,6%) und Sky (2%). Bei Pay-TV dominiert Sky mit einem Anteil von 80,3% des Umsatzes, auf Mediaset entfallen 12,4%.

Mit einem durchschnittlichen Tageskonsum von 4 Stunden pro Person steht auch in Italien das Fernsehen als Informations- und Unterhaltungsmedium an der Spitze.

8.1 Die Top Fernsehbetreiber

Die wichtigsten italienischen Fernsehbetreiber **Mediaset**, **Sky**, **Rai**, **Walt Disney**, **Discovery**, **Viacom**, **Fox Networks** und **La7** erzielten 2018 einen Umsatz von 10 Mrd. Euro (+ 0,2%).

Die Mediaset-Gruppe, der einzige italienische Sender, der auch im Ausland tätig ist, bestätigt mit 3,4 Mrd. Euro dank eines 1 Mio. Euro Umsatzes in Spanien den ersten Rang (trotz -6,5% gegenüber 2017). Am Podium stehen außerdem Sky, das mit +12% stark aufholte und 3,2 Mrd. Euro erreichte sowie Rai mit 2,6 Mrd. Euro (-1,7%).

Mit einer soliden Ebit-Marge warten Discovery (14,3%), Viacom (7,4%) und Mediaset (7%) auf. Viacom (+13,6%), La7 (+9,8%) und Rai (+7,7%) verbesserten sich deutlich.

Sky bietet 3 kostenlose und 43 Bezahl-Kanäle an und positioniert sich vor Mediaset (15 freie 9 kostenpflichtige).

Die Internetdienste werden weiterwachsen. Amazon, Inhaber von Prime Video, beabsichtigt, in die Produktion neuer italienischer Inhalte zu investieren. Disney hat bereits Ende März die Streaming-Plattform Disney+ in Italien gestartet.

Laut Prognosen von **ITMedia Consulting** wird Breitbandfernsehen (Fernsehen über das Internet) im Jahr 2021 die führende Plattform für den Rundfunk in Italien sein, die auch den digitalen terrestrischen Bereich übertrifft und 9,2 Mio. Haushalte erreicht, verglichen mit 5,9 Mio. im Jahr 2019. Die Umsätze der drei großen Betreiber werden deutlich unter 90% der gesamten nationalen Fernseheinnahmen fallen.

9. MAILAND – WIRTSCHAFTS- UND KREATIVMETROPOLE

Mailand ist als Mode- und Designmetropole international berühmt, der Motor der lombardischen Wirtschaft ist jedoch die Industrie mit den stärksten Branchen Maschinenbau, Elektronik, Metall- und Metallverarbeitung, Textilien, Chemie und Petrochemie, Pharma, Lebensmittel, Möbel und Schuhe. Die mechanische Industrie beschäftigt über die Hälfte der Arbeitskräfte des Industriesektors beschäftigt. In den letzten Jahren – besonders nach dem durchschlagenden internationalen Erfolg der EXPO 2015, hat auch der Beitrag des Tourismus zur regionalen Wirtschaftsleistung deutlich zugenommen.



Abbildung 5: Mailänder Dom, das Symbol der Stadt © AußenwirtschaftsCenter Mailand

Die nationale und internationale Anbindung Mailands sind nicht nur für Geschäftsleute wichtig, sondern machen Mailand auch als Urlaubsziel immer beliebter. 2019 haben die touristischen Ankünfte in der lombardischen Metropole die 10 Mio. Schwelle überschritten. 2015 hatte die 6-monatige Weltausstellung EXPO 2015 wesentlich dazu beigetragen, eine Rekordzahl von 21,5 Mio. Besuchern aus dem In- und Ausland anzuziehen. Mailand selbst hatte im Jahr 2015 Rom zum ersten Mal als touristische Top-Destination Italiens überflügelt.

Der **Cultural Creative Cities Monitor** der Europäischen Kommission zählt Mailand zu den kreativsten und kulturell lebendigsten Städten Europas, mit einem umfangreichen und abwechslungsreichen Angebot, das Touristen anspricht und viele junge Kreative und Trendsetter anzieht.

Die Studie untersuchte 168 Städte aus 30 europäischen Ländern und positionierte Mailand an die prestigeträchtige zweite Stelle nach Paris im Hinblick auf die Attraktivität für lokales, nationales und internationales Publikum. In punkto kultureller Lebendigkeit und Festivals während des gesamten Jahres erreichte sie den dritten Rang. Wenn es um berufliche Kapazitäten in der Kreativ- und Kulturbranche geht steht Mailand - ebenfalls nach Paris - am zweiten Platz. Es ist kein Zufall, dass große Marken wie Apple, IBM, Microsoft und Deloitte ihren europäischen Hauptsitz in Kreativmetropole Mailand etabliert haben.

Mit fast sechs Mio. Museumsbesuchern lag Mailand 2018 auf dem Niveau der französischen Hauptstadt. Das Zentrum der Stadt bietet eine Dichte an Museen und kann mit einzigartigen Spaziergängen zum Thema Kunst und Geschichte z.B. zwischen dem Stadtviertel Brera und dem Palazzo Reale oder von den Navigli bis zur Porta Garibaldi entdeckt werden. In Bezug auf das Humankapital, auf Schulen und Universitäten liegt Mailand an dritter Stelle nach Paris und Barcelona.

Kulturstadtrat Filippo Del Corno zu diesen Platzierungen: "Es ist eine Anerkennung, die den glücklichen Moment Mailands fotografiert. Aus dem Dossier ergibt sich eine neue Berufung, die wissensbasierte Wirtschaft wird zum identifizierenden Element der Stadtentwicklung." Museen, Theater, städtische Festivals, Kunstwochenenden und das differenzierte Angebot an Veranstaltungen haben zu einem starken Engagement der Öffentlichkeit, aber auch von Unternehmen und privaten Mäzenen geführt. Siehe [LINK](#) mit den Kriterien für die Rangliste.

9.1 Milano Weeks

Die Gemeinde Mailand und die zahlreichen Kreativinstitutionen in der Stadt engagieren sich seit vielen Jahren, um thematische Tage oder Wochen zu definieren und Mailand für die Bevölkerung und die zahlreichen Gäste aus nah und fern lebendig und attraktiv zu gestalten.

Zum „klassischen“ Fokus auf die Stärkefelder Mailands Design und Mode gesellten sich im Laufe der Zeit die Architektur, Photographie, Filmkunst und Literatur als nachgefragte Themen. Sie entwickelten sich als bunte Facetten einer lebendigen, sich stets neu (er)findenden Kreativszene und ziehen Neugierige, Trendsetter und Business People an.

Mailänder und Besucher können an insgesamt 20 Wochen/Jahr von diesen kreativen Wochen profitieren. Diese haben auch darüber hinaus eine wichtige Strahlkraft und leisten einen bedeutenden Beitrag zur Wirtschaftskraft Mailands. Hier stehen die Events rund um die „Design Week“ an vorderster Stelle.

HIER finden Sie die Veranstaltungsliste für 2020.

ACHTUNG! COVID-19 KRISE

Aufgrund der COVID-19 Krise, die insbesondere die Region Lombardei stark betroffen hat, musste Mailand verschiedene Aktivitäten verschieben. Diese [Webseite](#) bietet aktuelle Informationen, das AußenwirtschaftsCenter Mailand steht Ihnen gerne unter E mailand@wko.at oder T +39 02 87 90 911 zur Verfügung.

9.1.1 Milano Fashion Week

Die gesamte Modewelt pilgert mindestens zweimal jährlich nach Mailand: Modeschauen, Präsentationen und eine Vielzahl begleitender Events verwandeln Milano in eine gefragte Bühne für italienische und weltweit bekannten Designer.

Für das gesamte Angebot zeichnet die einflussreiche [Camera della Moda](#) verantwortlich. Der Startschuss fällt im Februar mit den [Fashion Weeks](#), zuerst mit den Prêt-a-PorterTrends der wichtigsten Herrenmodehäuser „Moda Uomo“, gefolgt von der „Milano Moda Donna“.

Die „must sees“ der Modeschauen sind viel diskutiert, dass insgesamt zweiwöchige Fashion-Spektakel präsentiert aber auch Schmuck, Kosmetika und Brillen. Der gesamte Sektor erzielte 2019 einen Umsatz von über 90 Mrd. Euro, die Exporte stiegen um 6,2 % auf 71,5 Mrd. Euro. Ein klares Zeichen, dass Mode „Made in Italy“ nicht nur etwas für Sternchen, Stars, Moderedakteure und gut zahlende Kunden ist, sondern ein ganzes Land beeinflusst und prägt.

Die Stimmung seit Jahresbeginn 2020 ist in der Szene jedoch etwas gedämpft, denn über 1.000 chinesische Fachbesucher und Einkäufer konnten aufgrund der COVID-19 Krise nicht zur Fashion Week anreisen. Dies führte nach Berechnungen der Camera della Moda zu Umsatzeinbußen der italienischen Fashionindustrie von -1,8% im ersten Quartal 2020. Schließlich stammen 20% der Kunden auf der exklusiven Shoppingmeile Via Montenapoleone aus China, mit über 5 Mio. Übernachtungen ist Italien die wichtigste europäische Destination chinesischer Touristen. Die letzten Tage der Moda Donna Ende Februar wurden außerdem vom Ausbruch der Krise in Norditalien überschattet und einige Modeschauen mussten vor leeren Rängen, mit digitaler Übertragung, stattfinden.

Neben den Modenschauen und Präsentationen finden in Mailand Fachmessen wie [The Micam](#) (Schuhe) und [Mipel](#) (Leder) sowie für Kleidung und Accessoires statt ([White](#), [Super](#) und [TheOne](#)). Es folgen die [Lineapelle](#) und [Mido](#), die wichtigste europäische Brillenschau. Nicht zuletzt die Textilmesse [Milano Unica](#) und [Homi Fashion & Jewels](#), Fachevent für Accessoires und Modeschmuck.



Abbildung 6: Modeschau Arthur Arbesser - © AußenwirtschaftsCenter Mailand

Der österreichische Modedesigner **Arthur Arbesser** ist mittlerweile ein gefeierter Fixstarter an der Mailänder Modewoche. Im Gegensatz zu den letzten Jahren ließ er sich für seine aktuelle Kollektion von seiner Wahlheimat inspirieren: „Ich habe diesmal auf Mailand geblickt und mich an der Welt des Möbeldesigns und den Protagonisten dieser Branche orientiert. So werden einige Mailänder Möbeldesignerinnen und eine Kunstkuratorin, die ich als inspirierend empfinde, beim Defilee als Models dabei sein“ kündigte er an.

Aus der Zusammenarbeit des Designers mit italienischen Stofffirmen entstand außerdem ein neues, aus Wolle und Marmorstaub entwickeltes Material, das Arbesser für Gürtelschnallen und Knöpfe verwendet.

Gleiches Format auch für den Herbst: in September wird Mailand noch einmal die Hauptstadt für die neuen Kollektionen und setzt die neuen Tendenzen für das nächste Jahr. Der Veranstalter Camera della Moda hat in Mai nochmals den Wunsch geäußert, die Fashion Week für die Woche 22. -28.09.2020 zu organisieren. Aufgrund der COVID-19 Krise könnte das Datum noch geändert werden. Für weitere Informationen besuchen Sie die [Webseite](#).

In der Zwischenzeit wird für Juli die **Milano Digital Fashion Week** organisiert. Von 14. bis – 17. Juli wird eine den bekannten Marken eine digitale Möglichkeit der Modebereich gegeben, die neue Kollektionen via Web zu zeigen. Dies wird auch dazu beitragen, den Modemarkt in einem schwierigen Moment zu unterstützen.

9.1.2 Milano Museo City

MuseoCity ist ein gemeinnütziger Verein, der sich für die Förderung und Aufwertung des reichen Mailänder Museumserbes einsetzt. Ziel ist es, die Beteiligung eines immer breiteren Publikums am künstlerischen und kulturellen Leben der Stadt zu steigern und die Museen zeitgemäß und attraktiv zu gestalten.

An jedem ersten Märzwochenende lädt der Verband zusammen mit der Gemeinde Mailand zu einer dreitägigen Veranstaltung fort, an denen Zehntausende das außergewöhnliche künstlerische und museale Erbe der Stadt entdecken können.

MuseoCity ist auch während des ganzen Jahres in enger Abstimmung mit den Museen, um etwa kostenlose Führungen, Theater- und Musikveranstaltungen, die von den interessantesten Werken inspiriert sind, für ein breites Publikum anzubieten.

Die Ausgabe Milano MuseoCity 2020 sollte vom 06. bis 08. März stattgefunden haben. Aufgrund der COVID-19 Krise wurde das Event auf einen noch zu bestimmenden Zeitpunkt verschoben. Besuchen Sie die

[Webseite](#), um nähere Informationen zu bekommen, oder kontaktieren Sie das AußenwirtschaftsCenter Mailand.

9.1.3 Milano Digital Week

Digitalisierung gewinnt immer mehr an Bedeutung, auch die Kreativindustrie wird zunehmend von der digitalen Welt geprägt und inspiriert umgekehrt auch digitale Inhalte. Während der „Milano Digital Week“ präsentieren die Top Stakeholder und Trendsetter der Branche ihre neuesten Entwicklungen und zeigen auf, mit welchen innovativen Lösungen die Herausforderungen der Zukunft bewältigt werden können.

Die Veranstaltungen, sowie Ausstellungen und Konferenzen rund um die Stadt, werden von der Gemeinde Mailand zusammen mit [Cariplo Factory](#), [IAB Italia](#) und [HubLab](#) organisiert.

9.1.4 Milano Art Week

In der vierten Ausgabe der noch jungen Mailänder Kunstwoche wird die Stadt zu einer Drehscheibe für visuelle Kultur sowie moderne und zeitgenössische Kunst. Museen, Kunstzentren, private Stiftungen und Designräume zeigen der interessierten Öffentlichkeit aktuelle Werke in Einzel- und Gemeinschaftsausstellungen, Performances und Vorträgen.

9.1.5 Milano Design Week

Die wichtigste Woche der Kreativwirtschaftszene und DER unverzichtbare Termin im Jahreskalender für Kreative. Trend-setting und Trend-spotting auf dem Messegelände und in den – sich immer mehr erweiternden – Designbezirken der Stadt ist die Devise. Die Metropole verwandelt sich in dieser Woche in einen Hotspot zeitgenössischen Designs und inspiriert Traditionsbetriebe und start-ups, junge und arrivierte Designaffine, die sich ihr Stelldichein geben.

Zentrum und Anknüpfungspunkt ist der [Salone Internazionale del Mobile](#), die Weltleitmesse im Design- und Möbelbereich sowie Schaufenster für „Made in Italy“, deren innovativen Interiordesignstücke seit Jahrzehnten für internationales Aufsehen sorgen. Die 59. Ausgabe musste COVID-19 bedingt auf 2021 verschoben werden, es werden wieder über 430.000 Besucherinnen und Besucher aus der ganzen Welt erwartet.

Rund um den Salone hat sich seit dem Jahr 1991 der [Fuorisalone](#) entwickelt, welcher parallel zur internationalen Möbelmesse stattfindet. Mit seinen über die ganze Stadt verteilten Installationen, Ausstellungen, Designpräsentationen und Events gilt dieser als Herzstück der Kreativmetropole schlechthin.

Klicken Sie [HIER](#) für nähere Informationen und [HIER](#) um mehr zur österreichischen Beteiligung am Fuorisalone 2019 in Mailand zu erfahren.

9.1.6 Milano Piano City

Milano findet seinen Soundtrack in den harmonischen Klängen von Hunderten von Klavieren. Mit über 400 Konzerten in der ganzen Stadt bietet PianoCity neue musikalische Inhalte, Projekte und Wege. Die große Anzahl an Veranstaltungen, Konzerten, Klavierstunden, Hommagen an großartige Meister und Debüt-Performances ermöglicht es jedem, die Klänge einer besonderen Stadt in bisher verborgenen Orten zu entdecken – auf großzügigen Freiflächen, in lauschigen Innenhöfen, verborgenen Häusern und verwunschenen Gärten.

Besuchen Sie die offizielle [Webseite](#) und bleiben Sie auf dem Laufenden!

9.1.7 Milano Arch Week

In dieser Woche öffnet Mailand ihre Tore für die Inspirationen der Architekturszene und richtet einen intensiven Blick in die Stadt der Zukunft. Die ganze Stadt ist übersät von Events, Konzerten, Filmvorführungen, Spaziergängen und verschiedenen Fachsymposien, welche den Veränderungen der städtischen Ballungszentren auf der ganzen Welt gewidmet sind. Die Arch Week steckt voller Überraschungen, neuer Konzepte und Innovationen, sie unterstreicht den Aufstieg Mailands als Ort der Begegnung von bemerkenswerter Neubauten und greift Vergleiche zwischen den verschiedenen Trends der italienischen und internationalen Architektur auf.

HIER die weiteren Details zu der nächsten Ausgabe Sponsored by [La Triennale di Milano](#), [Politecnico di Milano](#) und Gemeinde Mailand.

9.1.8 Milano Photo Week

Eine Hommage an die Kunst der Fotografie ist eine Woche lang das Motto der Stadt Mailand. Ausstellungen, Meetings, Führungen, Vernissagen und Finissage, Workshops, redaktionellen Projekte und Filmvorführungen – die Auswahl für die Fotoenthusiasten ist groß und vielfältig. Über 150 Initiativen an 100 Plätzen, verteilt über die ganze Stadt, ziehen die Besucher in ihren Bann und bieten eine einzigartige Möglichkeit, sich der Fotografie zu nähern und eine faszinierende Welt durch die Linse zu entdecken.

HIER finden Sie weitere Informationen zur Milano Photo Week.

9.1.9 Milano Movie Week

Mailand widmet sich eine volle Woche der siebten Kunst mit Vorführungen in Zusammenarbeit mit den Mailänder Filmfestivals. Geboten wird ein Potpourri an cinematografischen Erlebnissen, Ausstellungen und Sonderveranstaltungen, Treffen mit Schauspielern und Regisseuren – kurzum, ein intensiver Einblick in die große weite Welt der audiovisuellen Kunst.

Weitere Informationen siehe **HIER**

9.1.10 Milano Fall Design Week

Diese jüngere Initiative ist keine Nachahmung des erfolgreichen Frühlings-Fuorisalone, sondern als neuer Designtreff konzipiert: voller Meetings, Konferenzen, Filmen, Ausstellungen und Installationen, die für die Öffentlichkeit zugänglich sind und von namhaften Design- und Architekturstudios kuratiert und umgesetzt werden.

9.1.11 Milano Book City

Mailand als literarische Metropole hat sich unter begeisterten Leserinnen und Lesern - und allen die es noch werden wollen - bestens etabliert. Treffen mit Autoren, Performances, Lesungen, Workshops, Ausstellungen und ein Lesemarathon stehen am Programm, das über 1000 Termine umfasst. Während der dreitägigen Veranstaltung zeigt sich Mailand als Ort der literarischen Debatten und der Cafékultur. Die Freude am Lesen als wertvolle Erfahrung, die Innovation und Tradition verbindet, wird zur treibenden Kraft und die Bücher und Leser zu ihren Protagonisten.

Klicken Sie auf der [offiziellen Webseite](#)

9.1.12 Milano Music Week

Mailand ohne Musik ist nicht vorstellbar, dies geht weit über das große Musiktheater in der Scala oder die Serate Musicali im berühmten Verdi-Konservatorium hinaus. Die Vielfalt der Musikszene zeigt sich sieben Tage lang in Konzerten, DJ-Sets, Showcases, Präsentationen, Themenabenden, Überraschungsveranstaltungen und Partys in ganz Mailand unter Beteiligung nationaler und internationaler Gäste. Das Festival lässt die Stadt erklingen, alle Namen der Musikindustrie sind engagiert und bieten Unterhaltungen an großartigen Veranstaltungsorten, für Branchenprofis und Musikbegeisterte allen Alters.

Die **nächste Ausgabe** findet vom 16. bis 22 November 2020 statt.

9.2 Architektur à la milanese

Mailand hat in den letzten 20 Jahren einen radikalen Wandel erlebt: die Metropole hat ihr graues Kleid abgestreift (s. **Artikel** aus der Financial Times) und zeigt sich als lebendige und innovative Hauptstadt, die ihr neues Stadtbild engagiert verändert. Ein Meilenstein dieser Entwicklung war unbestritten die EXPO 2015, aber bereits davor hat die Gemeinde Mailand zahlreiche Neuqualifizierungen durchgeführt. Ambitioniertes Ziel der Stadtväter war und ist es, Mailand als kosmopolitische Stadt zu etablieren, in dem sich Italiens und Europas Lebensnerv trifft und die den Wettkampf mit den Weltmetropolen nicht zu scheuen braucht. Vor kurzem stellte Mailands Bürgermeister Giuseppe Sala ein neues Projekt für das Jahr 2030 vor, das unter dem klaren Motto „A place to be“ steht. Den Herausforderungen der Zukunft soll proaktiv begegnet und dabei die Vorreiterrolle Mailands in Italien, die innovative Kraft und Lösungskompetenz à la milanese, demonstriert werden. **HIER** finden Sie Projekte zu Neuqualifizierungen der Stadt.

9.2.1 CITY LIFE – Neues Leben in Messequartier

Im Jahr 2005 wurde das neue **Messgelände Rho-Fiera Milano** außerhalb der Stadt eröffnet, welches heute die wichtigsten internationalen Fachmessen beherbergt, wie z.B. den Salone del Mobile. Damit wurde der Stadtverkehr zu den Messezeiten stark reduziert und die Fläche der alten Fiera frei, welche sich in einer prestigereichen und zentral gelegenen Wohngegend befindet. Dieses ehemalige Messengelände erlebte eine Transformation in ein Distrikt namens **CITY LIFE** welches das moderne Stadtbild Mailand nachhaltig prägt.

Das Projekt CITY LIFE erhielt nicht zuletzt deshalb den Zuschlag bei einer Ausschreibung aus dem Jahr 2004, da es auf bereits existierende Gebäude in der Umgebung Bezug nahm und diese in überzeugende Weise integriert hatte. Insgesamt wurde eine Fläche von 366.000 m² entwickelt, mit privaten Wohnungen, Büros, Shopping Mall und „grünen Zonen“.

Große Namen der internationalen Architektenszene engagierten sich bei diesem Projekt: **Zaha Hadid**, **A-rata Isozaki** und **Daniel Libeskind**.

Die starke visuelle Wirkung von City Life durch die drei prominenten Wolkenkratzer prägt nachhaltig das moderne Stadtbild Mailands. Geschaffen wurde die größte Fußgängerzone in Mailand und sogar in Europa.

Autos bewegen sich nur unterirdisch in einer weiträumigen Tiefgarage. Die vorhandene Kubatur wurde halbiert, 5 km Radwege wurden errichtet. Es entstand der dritte „Central Park“ in Mailand.

Die Haltestelle „Tre Torri“ der Metrolinie 5 befindet sich direkt unter dem zentralen Platz zwischen den Wolkenkratzern.

Libeskind erklärt, dass er "Mailand als Portal für Europa" darstellen wollte. Die Grundidee basiert auf weitläufigen öffentlichen Räumen sowie Erholungs- und Spielbereichen rund um die Wohnhäuser. Die

drei Türme sollen eines der neuen Symbole der Stadt in der Welt werden, dies scheint – wie auch das internationale Interesse zeigt – gelungen.

Das Projekt City Life bleibt lebendig: im November 2019 stellte Generali sein neues Projekt vor, das aus zwei Gebäuden unterschiedlicher Höhe, die durch eine gebogene Dachkonstruktion verbunden sind, besteht. Dieses fungiert als Eingangsportal zum zentralen CityLife-Bereich und fasst die drei Isozaki, Hadid und Libeskind – Wolkenkratzer auch optisch zusammen.

Entwickelt wurde diese Erweiterung vom dänischen Studio **BIG - Bjarke Ingels Group** nach einem internationalen Wettbewerb. Neben dem Bau des monumentalen Tores, das von zwei Gebäuden getragen wird, umfasst es einen überdachten öffentlichen Raum, der in einen Kontext großer Grünflächen eingefügt ist.

Die beiden Gebäude werden für Büros mit einer Gesamtfläche von 53.500m² und 3m hohen Decken genutzt, die Zugang zu natürlichem Licht bieten. Die durchgehende Fassade des Portikus, die mit photovoltaischen Tafeln abgedeckt wird, zeigt zur Stadt und zu zwei privaten Innenhöfen. Im höchsten Teil werden die Gebäude durch Terrassen-Kaskaden aufgewertet, die als multifunktionale Räume mit einem spektakulären Panorama genutzt werden können.

Der dänische Architekt Bjarke Ingels erklärte, er sei von den typischen Eintrittstoren Mailands inspiriert worden, die den Eingang zu Freiflächen wie z.B. auf der Piazza Piemonte oder auf der Piazza Duomo am Eingang zur Via Vittor Pisani markieren. Seine Wahl fiel auf zwei ähnlich konzipierte Gebäude, die nicht als Zwillinge wahrgenommen werden und in ihrer Höhe nicht mit den drei Türmen konkurrieren, sondern mit diesen in Dialog stehen sollten.

HIER finden Sie Fotos zum Projekt.

9.2.2 Progetto Porta Nuova: innovativ und businessorientiert – typisch Mailand

Das Projekt Porta Nuova ist ein umfangreiches Projekt zur Stadterneuerung und architektonischen Sanierung in einem zentralen Geschäftsviertel Mailands, das sich vom Bahnhof Porta Garibaldi bis zur Piazza della Repubblica und von der Porta Nuova bis zum Palazzo Lombardia über Melchiorre Gioia erstreckt.

Hauptziel war die Wiederherstellung der Stadtteile Porta Nuova (einschließlich des Gebiets des ehemaligen Varesine), Porta Garibaldi und Isola durch die Aufwertung des geschäftlichen Zentrums.

Zentraler Bezugspunkt ist der öffentliche Park Biblioteca degli Alberi, um den die drei getrennten Bereiche des Projekts gruppiert sind, nämlich Porta Nuova Garibaldi, Porta Nuova Varesine und Porta Nuova Isola.

Den drei Projekten liegen folgende Studien zugrunde:

- **Pelli Clarke Pelli Architekten** - Porta Nuova Garibaldi
- **Kohn Pedersen Fox Associates** - Porta Nuova Varesine
- **Boeri Studio** - Porta Nuova Isola

Die Gesamtfläche von 340.000 m² ist in 57.000 m² Büros, 11.000 m² Gewerbeflächen, 160.000 m² Fußgängerzonen und 20.000 m² Kulturflächen aufgeteilt. Es entstanden 370 Luxusapartements mit ca. 4.000 meist unterirdischen Parkplätzen.

Die Baustelle startete im Jahr 2004 und dauerte ein Jahrzehnt, sie war zu ihrer Zeit die größte Baustelle in Europa mit einem Projektwert von über zwei Mrd. Euro, zweitausend Arbeitern und den Signaturen von zwanzig Architekten.

Der Komplex beinhaltet mehr als zwanzig Gebäude, darunter Wolkenkratzer, Büros, Kulturzentren und städtische Villen. Die Gebäude zeichnen sich durch eine beachtliche Höhe und eine starke architektonische Wirkung aus. Das Projekt ist vielfach preisgekrönt und zitiert:

- Unicredit Tower, der höchste Wolkenkratzer Italiens
- Solaria Tower, das höchste Wohngebäude des Landes
- Torre Diamente, mit seiner charakteristischen quadratischen Form und der aufsehenerregende
- Bosco Verticale mit seinen hängenden Gärten.

Klicken Sie [HIER](#) um die Bilder vom Projekt zu sehen.

Alle diese architektonischen Wahrzeichen werden von Radwegen, Fußgängerwegen und großen gepflasterten öffentlichen Bereichen wie der Piazza Gae Aulenti und der Piazza Alvar Aalto verbunden und umsäumt. Besonderes Augenmerk wurde auf eine neue Verkehrsführung gelegt, die Straße wurde in einen Tunnel zwischen der Via Melchiorre Gioia und der Station Porta Garibaldi verlagert, zusammen mit einer Anbindung des Gebietes an die U-Bahn-Linie M5 und die regionale Bahnstation Garibaldi FS.

Dreh- und Angelpunkt des neuen städtischen Gefüges zwischen den bestehenden Stadtteilen ist die [Biblioteca degli Alberi](#), ein großer öffentlicher Park mit einer Fläche von ca. 90.000 m², in dem eine Sammlung verschiedener Baumarten präsentiert wird. Das Projekt wurde von [COIMA](#) realisiert.

9.2.3 Bosco Verticale: ein Wald in der Stadt

Eines der bekanntesten Projekte weltweit ist ohne Zweifel der „[Bosco Verticale](#)“ in Mailand.

Der berühmte Mailänder Architekt Stefano Boeri hat das Projekt des vertikalen Waldes mit einem besonderen Ziel verfolgt und realisiert: die Gebäude gelten als Prototypen eines neuen Formats der architektonischen Artenvielfalt, bei dem nicht nur der Mensch im Mittelpunkt steht, sondern auch die Beziehung zwischen Menschen und anderen lebenden Arten.

Das erste Beispiel, das in Mailand in der Porta Nuova erbaut wurde, besteht aus zwei Türmen mit einer Höhe von 80 bzw. 112 Metern, die insgesamt 800 Bäume beherbergen (480 Bäume der ersten und zweiten Stufe, 300 kleinere Bäume, 15.000 Stauden/Rasenflächen).

Insgesamt beherbergt das Projekt Pflanzen und 5.000 Sträuchern, die einer Vegetationsmenge von 30.000 m² Wald und Unterwald entsprechen. Bebaut sind 3.000 Quadratmeter städtische Fläche, der Bosco Verticale ist auch ein Mittel zur Begrenzung der städtischen Zersiedlung, die durch das Streben ins Grüne entsteht. Im Gegensatz zu „mineralischen“ Fassaden aus Glas oder Stein reflektiert oder vergrößert der Pflanzenschutz die Sonnenstrahlen nicht, sondern filtert sie und schafft so ein einladendes inneres Mikroklima ohne schädliche Auswirkungen auf die Umwelt. Gleichzeitig „reguliert“ der grüne Vorhang die Luftfeuchtigkeit, produziert Sauerstoff und absorbiert CO₂ und Mikropartikel.

Das Projekt erhielt eine Reihe namhafter Auszeichnungen, darunter den International Highrise Award des Deutschen Architekturmuseums in Frankfurt (2014) und den CTBUH Award für das beste Hochhaus der Welt des Council for Tall Buildings and Urban Habitat in Chicago (2015).

Ein anderes umweltfreundliches Projekt im Viertel Bosco Verticale – Isola wird bis Ende 2020 finalisiert. Die umweltaktiven Keramiken der ital. Firma **Graniti Finandre SpA** aus Castellarano (RE) verwandelndas Gebäude De Castillia 23 von Urban Up Unipol Group in Mailand, aus der Feder des Architekturbüros Progetto CMR, in ein „smogfressendes“ Gebäude. Es handelt sich um photokatalytische, selbstreinigende, schadstoff- und geruchshemmende Keramiken mit bakterizider Wirkung, rund um die Uhr, selbst im Dunkeln. Die 16.088 qm der speziellen Active-Platten sind in der Lage 59 kg/Jahr an Stickoxiden zu kompensieren, was über 200.000 qm Grünflächen entspricht. Weitere Informationen zum diesem Projekt finden Sie **HIER**.

9.2.4 Expo 2015 für neuen Innovationsdistrikt

Eine aufsehenerregende Weltausstellung, die vom 1.05. bis 31.10.2015 in Mailand stattgefunden hat, war dem Thema „*Feeding the Planet, Energy for Life*“ gewidmet. Der besondere Fokus lag auf den Themen Ernährung und Nachhaltigkeit, Tradition traf auf Innovation und Technologie begenete Kreativität.

Der durchschlagende Erfolg der EXPO Milano 2015 mit über 22,2 Mio. Besucher positionierte Mailand prominent auf der internationalen Bühne und stärkte die Attraktivität der Metropole nicht zuletzt auch als touristische Destination.

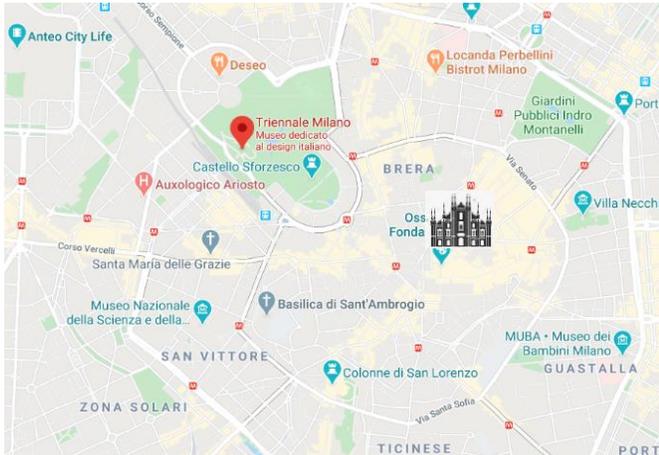
Nach der 6-monatigen Ausstellung wurde das Expo-Gelände in einen Innovation District umgewandelt.

Hier sind Design, Industrie 4.0, Robotik, Artificial intelligence, E-Mobility unter einem Dach zusammengefasst, **MIND**, so heißt der Innovation District, definiert sich als Stadt in der Stadt.

“Die Sanierung des Expo-Gebiets ist einer der Eckpfeiler der Entwicklung von Mailand 2030. MIND ist ein ehrgeiziger Plan, der unserem Territorium neue internationale Spitzenleistungen und mit den Parks von Cascina Merlata und Farini eine große grüne Lunge in Kontinuität bringen wird. Es soll auch ein Ort des Experimentierens und der Innovation unter dem Gesichtspunkt der fahrerlosen Mobilität sein.“ so der Mailänder Stadtrat für Stadtplanung Pierfrancesco Maran. „MIND wird immer mehr ein offener Ort werden und dazu beitragen, Mailand und die Lombardei, sowie das ganze Land in Bezug auf grundlegende Themen unserer Zukunft wie Innovation, Biowissenschaften und Smart Cities wettbewerbsfähig zu machen.“

9.3 Die Hotspots der Stadt

LA TRIENNALE di MILANO



La Triennale di Milano
Viale Emilio Alemagna, 6
20121 Mailand

W <https://www.triennale.org/en/>

T +39 02 72434-1

E info@triennale.org

Eingangstickets: <https://www.triennale.org/en/tickets/>

Seit 1923 hat sich die **Triennale di Milano** als eine der wichtigsten Kulturinstitutionen auf internationaler Ebene etabliert, welche die Komplexitäten der Gegenwart durch die Betrachtung unterschiedlichster Kulturen und kreativer Branchen reflektiert. Design, Architektur, visuelle, szenische und darstellende Kunst werden dabei alle drei Jahre prominent in Szene gesetzt. Ziel der Institution ist es, individuelle Denkweisen zu erweitern und Innovationen zu inspirieren sowie Erfahrungen verschiedener Kulturen und Branche an einem Ort und zu einer bestimmten Zeit zu versammeln.

"Wir befinden uns in einer Zeit, in der offene und ehrliche Kommunikation nicht nur notwendig, sondern auch revolutionär ist. Wenn Regierungen und Politik nicht mehr in der Lage zu sein scheinen, auf einige grundlegende Bedürfnisse der Gesellschaft zu reagieren, sind wir bestrebt andere Orte zu betrachten, wie Kultur- und Kreativinstitutionen, um Vergleich und Dialog zu erleichtern. Meine Vision ist es, die Triennale wieder zu ihren Ursprüngen zu bringen: ein Ort zu sein, an welchem sich unterschiedliche Sichtweisen begegnen und kontroverse Themen diskutiert werden." erklärt **Stefano Boeri**, Präsident der Triennale di Milano.

Neben den unterschiedlichen Ausstellungen, die regelmäßig organisiert werden, befindet sich auf dem ersten Stock die permanente Präsentation zum italienischen Design, das so genannte **Museo del Design Italiano**. Zum ersten Mal können die Ikonen italienischen Designs in einer Dauerausstellung bewundert werden, die exklusive Sammlung der Triennale umfasst 1.600 Objekte. Eine klar gestaltete, lineare Installation zielt darauf ab, die in chronologischer Reihenfolge geordneten Werke in ihrer Bedeutung hervorzuheben und dabei Einblicke in die Geschichte, Poetik und den Kontext zu geben, in dem das Werk entstanden ist.

Von 1927 bis heute versammelt die Dauerausstellung über 300 Modelle aus der Sammlung Giovanni Sacchi, mehr als 3.000 Zeichnungen von Alessandro Mendini, über 500 grafische Artefakte, fotografische Szenarien, 60 Gegenstände und Muster aus der Sammlung Nanni Strada, 1.265 Bücher und andere schriftliche Dokumente, 566 Zeichnungen und Grafiken aus der Sirio Galli Collection sowie grafische Materialien zum italienischen Design der siebziger und neunziger Jahre.

Die 22. Mailänder Triennale 2019 griff die aktuellsten Thematiken auf und untersuchte in seiner Ausstellung mit 22 internationalen Beteiligungen die Verbindungen der Menschen mit der natürlichen Umwelt sowie die Art und Weise, wie sie im Laufe der Jahre gefährdet wurden. Unter dem Motto **BROKEN NATURE** kuratierte Paola Antonelli eine faszinierend abwechslungsreiche Präsentation, die anhand verschiedener Architektur- und Designprojekte das Konzept des restaurativen Designs hervorhebt. Sie beleuchtet Objekte und Strategien, die die Beziehung zwischen Menschen und dem Kontext, in dem sie leben, neu interpretieren. Die Ausstellung umfasst vier Auftragswerke, die von Accurat, Formafantasma, Neri Oxman und Sigil Collective realisiert wurden.

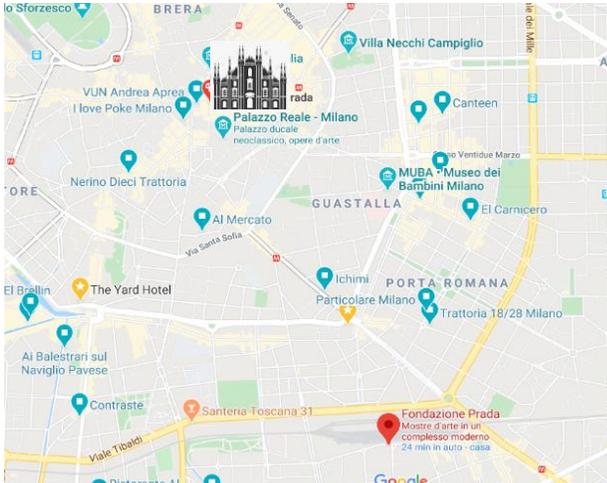
Unter den 22 internationalen Beteiligungen war auch Österreich dabei und wurde mit dem **Black Bee Award** für das Projekt "**CIRCULAR FLOWS. The Toilet Revolution**" ausgezeichnet, das vom Wiener Designstudio **E00S** entwickelt wurde.

Das renommierte Wiener Designstudio hat den revolutionären Prototyp einer Toilette zur Urin-Separation (**Urine-Trap**) entworfen, das eine systemische Designlösung im Kampf gegen das weitgehend unbeachtete globale Stickstoffproblem anbietet.

Die Urine-Trap, wurde von der Firma LAUFEN produziert und ist eingebettet in eine multimediale Installation (mit Process Studio), die das ökologische Zusammenspiel von Küstengewässern, Abwassersystemen und Landwirtschaft verdeutlicht. Die Ausstellung von E00S zeigt, welchen Beitrag die Urin-Separationstoilette zur Reparatur des wertvollen Stickstoffkreislaufs und damit zur Wahrung der ökologischen Grenzen unserer Erde leisten kann.

Der offizielle österreichische Beitrag zur Triennale Internazionale di Milano 2019 wurde von Marlies Wirth, Kuratorin für Digital Culture and Custodian Collection Design, **MAK - Österreichisches Museum für Angewandte Kunst** in Wien, kuratiert.

FONDAZIONE PRADA



Fondazione Prada
Largo Isarco, 2
Mailand

T +39 02 5666 2611

E info@fondazioneprada.org

W <http://www.fondazioneprada.org/>

Tickets: <http://www.fondazioneprada.org/visitor-service>

Die **Prada-Stiftung** wurde im Jahr 1993 von Miuccia Prada und ihrem Mann Patrizio Bertelli gegründet und befasst sich mit der Fragestellung, welche Absichten und Relevanz kulturelles Engagement heute in unserer Gesellschaft hat. Miuccia Prada hat dies so beantwortet: «Wir sind davon überzeugt, dass Kultur äußerst nützlich und notwendig sowie engagiert und attraktiv ist. Kultur und Kreativität müssen unser tägliches Leben bereichern und uns helfen, die Veränderungen in uns und in der Welt zu verstehen. Dieser Glaube ist die Grundlage für die Aktivitäten der Stiftung.»

«Unser Hauptinteresse gilt den Ideen und der Art und Weise, wie die Menschheit sie in bestimmte Disziplinen verwandelt hat: Literatur, Kino, Musik, Philosophie, Kunst und Wissenschaft. Der neue Raum wird den Wissensumfang der Stiftung erweitern. Jeder Bereich wird seine eigene Autonomie haben, aber unter einem gemeinsamen Dach stehen. Das Zusammenleben der Disziplinen wird unvorhersehbare kulturelle Resonanzen und Überschneidungen erzeugen» erklärt Miuccia Prada weiter.

Die Fondazione zählt heute zu einer der wichtigsten Institutionen für die Bewerbung und Entwicklung der Design- sowie zeitgenössischen Kunst- und Kulturbranche in Italien. Am Hauptsitz, einem umgewandelten Industrieareal, werden regelmäßig Ausstellungen, Events, Veranstaltungen und Konferenzen organisiert.

Bisher sorgten 25 temporäre Ausstellungen (**HIER** finden Sie die Liste und Themen), 4 Dauerausstellungen, eine virtual Reality Installation im Jahr 2017 und 6 Photographie Ausstellungen für Aufmerksamkeit. Auch die Filmindustrie spielt für die Fondazione eine bedeutende Rolle, zwischen 2004 und 2019 wurden 24 Filmprojekte präsentiert.

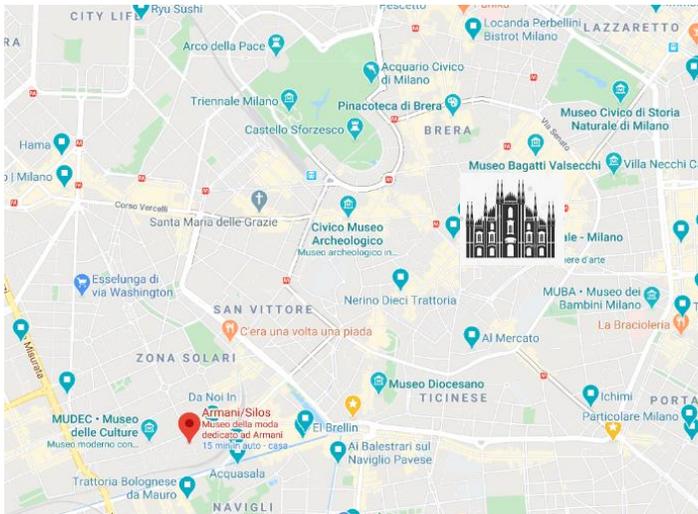
Die Familie Prada hat auch einen anderen, prominent im historischen Stadtzentrum in der Galleria Vittorio Emanuele gelegenen Sitz eröffnet.

Das **Osservatorio Prada** ist ein Ausstellungsraum für Fotografie und visuelle Sprachen, in dem Trends und Ausdrucksformen der zeitgenössischen Fotografie aufgezeigt werden, um die ständige Entwicklung

dieses Mediums und seine Verbindungen zu anderen Disziplinen und kreativen Bereichen näher zu beleuchten. In einer Zeit, in der die Fotografie Teil des globalen Stroms der digitalen Kommunikation geworden ist, möchte die Fondazione Prada durch die Aktivitäten von Osservatorio kulturelle und soziale Auswirkungen der aktuellen Fotoproduktion und ihrer Rezeption hinterfragen. Die Fondazione erweitert damit das Spektrum der Werkzeuge und Ansätze, mit denen es die Gegenwart interpretiert und mit ihr interagiert.

Die Räume bieten eine 800 Quadratmeter große Ausstellungsfläche, die sich auf zwei Ebenen erstreckt. Neben den beiden Standorten in Mailand hat Prada auch einen Sitz in Venedig, finden Sie **HIER** weitere Informationen.

ARMANI SILOS



Armani Silos
Via Bergognone, 40
Mailand

T +39 02 91630010

E info@armanisilos.com

W <https://www.armanisilos.com/>

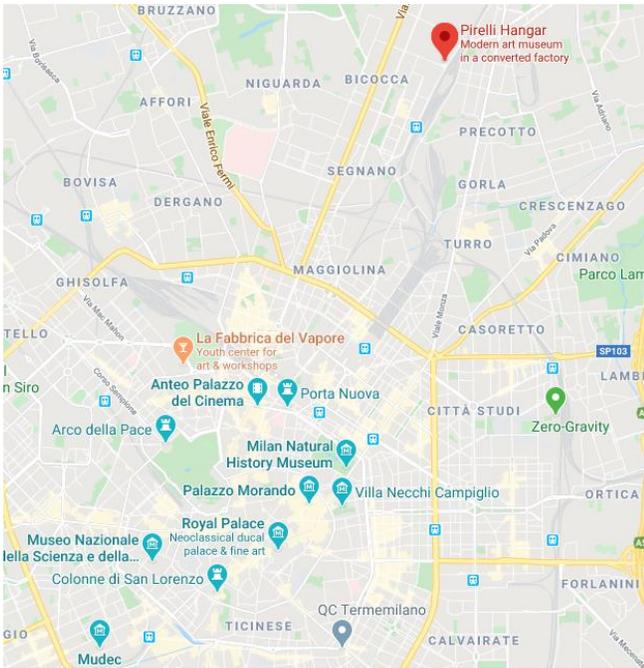
Tickets: <https://www.armanisilos.com/plan-your-visit/opening-hours-tickets/>

In der Nähe der renommierten Via Tortona, Straße des Designs und der Kreativität, befindet sich seit 2015 das Museum Armani Silos. Auf einer Ausstellungsfläche von 4.500 m² auf vier Etagen zeigt der weltberühmte Designer Giorgio Armani eine selbst zusammengestellte Kollektion seiner Kleidungsstücke aus den 1980er Jahren bis heute. Die Auswahl folgt keinem chronologischen Kriterium, sie erzählt die Geschichte und Ästhetik des Stylisten und ist in Themen unterteilt, welche Giorgio Armanis kreative Arbeit prägten und weiterhin inspirieren.

Mit der Eröffnung der Silos im EXPO-Jahr 2015 feierte Giorgio Armani sein 40-jähriges Karrierejubiläum. Der Designer widmet diesem Projekt seine besondere persönliche Aufmerksamkeit und erklärte die Verbindung zur Location folgendermaßen: „Ich habe es Silos genannt, weil das Getreide, das Material zum Leben, dort aufbewahrt wurde. Und so dient Kleidung wie Essen auch zum Leben“.

Hier finden Sie weitere Informationen zu Armani Silos.

PIRELLI HANGAR BICOCCA



Pirelli Hangar Bicocca

Via Chiese, 2

Mailand

T +39 02 66 11 15 73

E info@hangarbicocca.org

W <https://pirellihangarbicocca.org/en/>

Eintritt FREI

Pirelli Hangar Bicocca ist ein Ausstellungsraum, welcher der Produktion und Förderung zeitgenössischer Kunst in Mailand gewidmet ist. Als dynamischer und künstlerischer Experimentierort geboren, bietet es Plattform für Kooperationen von italienischen und internationalen Künstlern. Mit einer Gesamtfläche von 15.000 Quadratmetern befindet es sich im Industriegebiet Bicocca, das seinen Namen der Bicocca degli Arcimboldi verdankt, einer historischen Landvilla aus dem 15. Jahrhundert, die noch heute existiert. Der dynamische Ort des Experimentierens und Forschens gehört zu den größten entwickelten Ausstellungsräumen in Europa und präsentiert jedes Jahr wichtige Ausstellungen italienischer und internationaler Künstler.

Der heutige Zweck von Hangar Bicocca ist eng mit seiner Geschichte verbunden: Hangar Bicocca war ursprünglich eine 1886 gegründete Firma, die sich auf Metallverarbeitung für die Herstellung von Dampf- und Elektrolokomotiven spezialisiert hatte. Viele Jahre war der Betrieb schon stillgelegt, als der Gebäudekomplex im Jahr 2004 von der Pirelli-Gruppe übernommen wurde, die seit langem mit dem Mailänder Industriegebiet verbunden war. Pirelli wandelte die ehemalige Fabrik erfolgreich in ein Museum für zeitgenössische Kunst um. Im heutigen Bezirk Bicocca sind nicht nur HangarBicocca, sondern auch die Universität Mailand-Bicocca, das Teatro degli Arcimboldi und die Pirelli-Stiftung angesiedelt.

Jedes Ausstellungsprojekt wird in enger Beziehung zur Architektur des Gebäudes konzipiert und von einem umfassenden Programm mit Nebenveranstaltungen und eingehenden Studien begleitet. Der Zugang zu den Räumen und Ausstellungen ist seit Anfang an kostenlos und der Dialog zwischen Öffentlichkeit und Kunst wird durch das Engagement von Kulturvermittlern vor Ort begünstigt. Seit 2013 ist Vicente Todolí der künstlerische Leiter des Hangar Bicocca.

Die drei Ausstellungsräume des Hangars sind durch die sichtbare Präsenz der ursprünglichen architektonischen Elemente des letzten Jahrhunderts geprägt:

Shed (Capannone) ist der erste Raum, auf den der Besucher nach dem Eingang stößt. Er ist äußerlich durch unverputzte Ziegel gekennzeichnet, die typisch für die Industriearchitektur des Viertels in den 1920er Jahren waren. Dort standen ursprünglich die Maschinen zur Produktion von Lokomotiven und landwirtschaftlichen Maschinen.

Navate bezeichnet den Haupt- und höchste Raum des gesamten Gebäudes. Er stammt aus den Jahren 1963-1965 und beherbergte die Montage und Prüfung elektrischer Maschinen. Auf dieser Fläche von 9.500 Quadratmeter sind noch die Kranstrukturen der ehemaligen Fabrik erhalten.

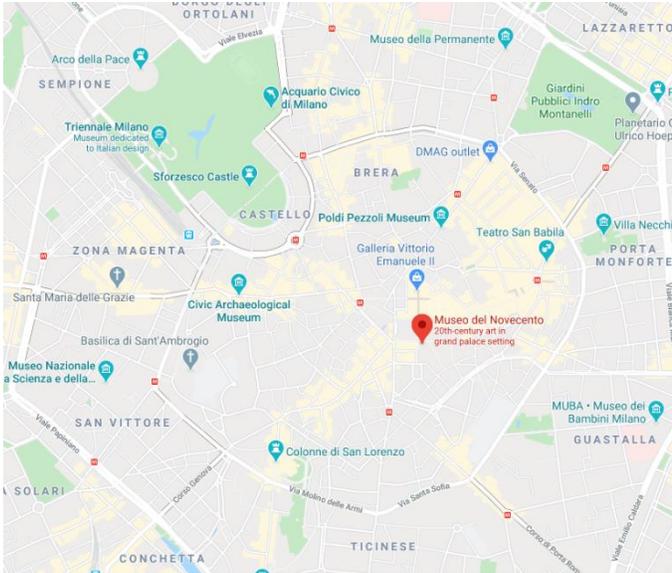
Cubo befindet sich am Rand des Gebäudes und ist der einzige Ausstellungsbereich mit Tageslicht.

HIER finden Sie das komplette Veranstaltungsvorschau des Hangars Bicocca.

2019 gewann der Hangar Bicocca zusammen mit der Fondazione Prada den **Global Fine Art Awards**.

Der Mailänder Bürgermeister Giuseppe Sala würdigt diese Leistung: „Vielen Dank an Pirelli Hangar Bicocca und Fondazione Prada, die Mailand durch zwei wirklich bemerkenswerte Ausstellungen an die Weltspitze gebracht haben. Die "Global Fine Art Awards" in New York zu gewinnen bestätigt, wie lebendig und innovativ unsere Stadt bereit ist, auch auf kultureller und künstlerischer Ebene eine internationale Rolle zu spielen. Sie haben am besten den Geist und die Vision interpretiert, die Mailand in den letzten Jahren geleitet haben, eine Stadt, die bereit ist, ihr erfolgreiches Modell der Zusammenarbeit zwischen öffentlich und privat willkommen zu heißen, aber auch zu exportieren. Wir sind wirklich stolz auf diese beiden Auszeichnungen, die uns noch einmal sagen lassen: „Milan is a place to be“.

MUSEO DEL NOVECENTO



MUSEO DEL NOVECENTO

Piazza del Duomo, 8
Mailand

T +39 02 884 440 61

E c.museo900@comune.milano.it

W <https://www.museodelnovecento.org/en/>

Tickets: <https://www.museodelnovecento.org/>

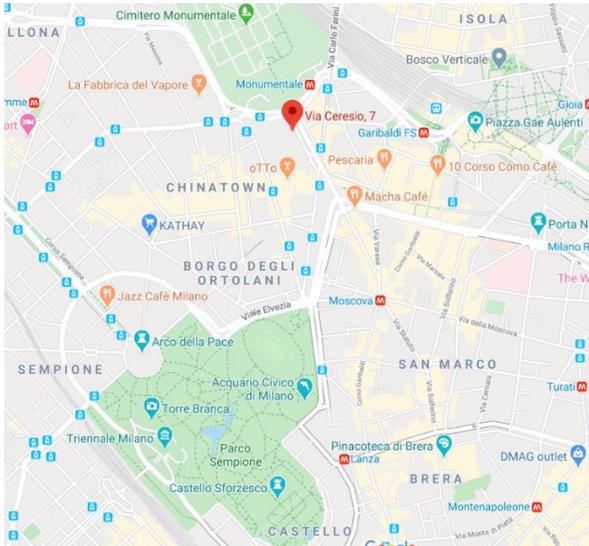
Das **Museo del Novecento** im Palazzo dell'Arengario auf dem Mailänder Domplatz beherbergt eine Sammlung von über viertausend italienischen Kunstwerken des 20. Jahrhunderts.

Das im Dezember 2010 eröffnete Museum hat sich zum Ziel gesetzt, das Wissen über die Kunst des 20. Jahrhunderts zu verbreiten und eine bessere und umfassendere Sicht auf die Sammlungen zu ermöglichen, die Mailand im Laufe der Zeit geerbt hat. Neben der Ausstellungstätigkeit befasst sich das Museum mit der Erhaltung, Erforschung und Förderung des italienischen kulturellen und künstlerischen Erbes des 20. Jahrhunderts und strebt danach, eine breite Öffentlichkeit einzubeziehen.

Unter dem folgenden **LINK** finden Sie einen Überblick zum Museum und zu den Ausstellungen.

Nicht zu versäumen ist auch die **Pinacoteca di Brera**, die mit ihrer Fläche von 24.000 m² zu den größten Kunstgalerien Italiens zählt und die Kreativität der bildenden Kunst Italiens aus der Prähistorie bis auf dem XX Jahrhundert mit herausragenden Beispiele demonstriert.

NEW: ADI DESIGN MUSEUM



ADI Design Museum Compasso d'Oro
Via Ceresio, 7
Mailand

T +39 02 36693790

E info@adidesignmuseum.org

W <https://www.adidesignmuseum.org/>

Nach der Triennale hat die lombardische Hauptstadt ihr kulturelles Angebot im Zusammenhang mit dem Industriedesign verdoppelt: das **Adi Design Museum**, das vom Fachverband **ADI – Associazione per il Disegno Industriale** finanziert wurde, soll ein Treffpunkt für Tausende Besucher, Touristen und Gurus der Branche werden.

ACHTUNG! COVID-19 KRISE

Aufgrund der der Pandemie COVID-19 müssen noch Sicherheitsmaßnahmen für den Zugang von Gruppen erwartet. Die Eröffnung des Museums wird sicherlich nicht vor dem Herbst stattfinden. Bitte besuchen Sie die **Webseite** oder kontaktieren Sie das **AußenwirtschaftsCenter Mailand**, um die aktuellsten Informationen zu erhalten!

Dieser neue Pol italienischer Kreativität wurde von Ico Migliore und Mara Servetto sowie Italo Lupi entworfen. Ambitioniertes Ziel ist, nicht nur Besucherzahlen zu generieren, sondern Künstler, Designer und Unternehmen aus der internationalen Szene im Dialog zusammenzubringen. Bespielt werden eine Ausstellungsfläche von 2.400 Quadratmetern, weitere 600 zwischen Foyers, Cafés und Buchhandlungen und 2.000 Quadratmeter "hinter den Kulissen" in Lagern und Büros, wo sich unter anderem die ADI-Stiftung, die Bibliothek und das Archiv befinden.

Der Verband ADI hat sich weltweit als Verleiher des berühmten Designpreises **Compasso d'Oro-Preis** einen Namen gemacht. Das neue ADI-Museum wird mehr als 350 Stücke zur Schau stellen, die seit dem Jahr 1954 mit dem Preis ausgezeichnet wurden. Das Museum soll sich dynamisch weiterentwickeln und sich darauf konzentrieren, die Geschichte des italienischen Designs mit seinen industriellen, wirtschaftlichen, kulturellen und sozialen Aspekten zu erzählen. Dies erfolgt in einer wechselnden Ausstellung der Compasso d'Oro-Sammlung, ausführlichen thematischen Präsentationen sowie in einer Galerie, die kostenlos für die Besucher zugänglich sein wird. In das Museumsprojekt fließen die Expertisen von Beppe Finessi, Kurator der Dauerausstellung, sowie den beiden Kuratoren Luca Molinari und Giulio Ceppi. Die drei Projektentwickler sowie den Ico Migliore, Mara Servetto und Italo Lupi zeichnen die permanenten Sammlungen sowie die Markenidentität verantwortlich.

10. ISTITUTO EUROPEO DI DESIGN – KREATIVER PARTNER DER WKÖ

Das **Istituto Europeo di Design** ist die weltweit erste, private Ausbildungsstätte die sich auf Design spezialisiert hat und mittlerweile seit über einem halben Jahrhundert in den Bereichen Bildung und Forschung, in den Disziplinen Design, Mode, visuelle Kommunikation und Management tätig ist. IED ist heute ein ständig wachsendes internationales Netzwerk, das akademische Diplome der ersten Stufe ausstellt und dreijährige Kurse, Masterkurse, kontinuierliche berufliche Weiterentwicklung und Weiterbildungskurse organisiert.

Zu den wichtigsten Meilensteinen in der Geschichte des IED gehört die Gründung in Mailand 1966, gefolgt von Standorten in Rom 1973, Turin 1989, die Internationalisierung nach 1994, Barcelona 2002 und São Paulo 2005. Venedig folgte 2007, Florenz 2008 und Cagliari, die Heimatstadt des Gründers, 2009. 2012 trat auch die Aldo Galli Academy in Como der IED-Gruppe bei. Seit 2013 laufen auch Kurse in Rio de Janeiro, der zweiten IED-Akademie in Brasilien.

Seit 1966 hat sich IED der Entwicklung innovativer und diversifizierter Lehrmethoden verschrieben, die sich auf Synergien zwischen Technologien und experimentellen Methoden, Kreativitätsstrategien und integrierter Kommunikation, Marktfragen und einen Fokus auf Professionalität konzentrieren. So bietet das IED jungen Fachleuten aus den Bereichen Mode, Design und Kommunikation das Wissen und die effektiven Werkzeuge, die sie benötigen, um den sich ständig wandelnden Anforderungen der Arbeitswelt gerecht zu werden. Ultimatives Ziel der Ausbildung am IED sind die Entwicklung der kulturellen, kreativen und kritischen Fähigkeiten und Kompetenzen.

Partnerschaften mit führenden Unternehmen sind ein grundlegendes Element der Bildungsstrategie des IED, die in jeder Phase des didaktischen Prozesses genutzt und auch bei den Sonderveranstaltungen zum Ende eines jeden akademischen Jahres vor den Vorhang geholt werden. Über 200 Unternehmen tragen jährlich auf verschiedene Weise zum Schulungsprogrammen für Studenten bei.

Das IED definiert sich als Schule mit internationaler Berufung und heißt an allen Standorten Studentinnen und Studenten unterschiedlicher Nationalitäten und Kulturen willkommen. Jährlich nehmen rund 2.000 ausländische Studierende - hauptsächlich aus Fernost, Mittel- und Südamerika sowie Europa - an den Kursen teil. Bis heute hat das IED Studentinnen und Studenten aus 100 verschiedenen Ländern ausgebildet.

Die Bereiche, auf die sich das IED spezialisiert hat, umfassen Public Relations/Werbekommunikation, 3D Animation, Fashion Designer & Fashion Stylist, Graphic Designer, Media Designer, Interior Designer, Sound Designer, Transportation Designer und Video Designer. Gerade Mailand als Design- und Fashionmetropole bietet für IED ein besonderes Umfeld von Gründern, Mentoren und designaffinen Stakeholdern und Multiplikatoren.

10.1 Kooperationsabkommen Wirtschaftskammer Österreich WKÖ – Istituto Europeo di Design

Im Mai 2018 unterzeichnete die WKÖ ein umfassendes Kooperationsabkommen mit dem IED in Mailand, das die Basis für den Zugang österreichischer Unternehmen aus allen Bereichen zum Know How dieses renommierten Institutes gelegt hat. So profitieren heimische Unternehmen seither u.a. in maßgeschneiderten Workshops zu aktuellen Themen oder Panel Sessions vom persönlichen Austausch mit den Expertinnen und Experten des IED.



Abbildung 8: ehem. WKÖ Präsident Leitl und Emanuele Soldini, Direktor IED ©AußenwirtschaftsCenter Mailand

Das AußenwirtschaftCenter Mailand organisierte anlässlich der Unterzeichnung des Abkommens einen "Kreativtag", der im Mailänder Designtempel, der **Triennale** begann. Die Delegation unter der Leitung von ehem. Wirtschaftskammerpräsident Christoph Leitl wurde u.a. vom Präsidenten der Triennale Stefano Boeri begrüßt und tauschte sich mit wichtigen Vertretern der Mailänder Institutionen aus (siehe Foto).

Abbildung 9: Stefano Boeri, Präsident der Triennale begrüßt die Gäste

Der folgende Round Table stand unter dem Titel: "Design Meets Industry: Creative Approaches To Inspire Success" und wurde von Riccardo Balbo, Direktor des IED Italien, moderiert.

Nach der Unterzeichnung des Kreativwirtschaftsabkommens in Anwesenheit hochrangiger Vertreter aus Region und Stadt und die Round Table Diskussion, wurde der Creative Day mit zahlreichen Gästen aus

der
ness
munity
essen
rasse
nale
Blick
länder
setzt.
punkt
an-
ßenden



Busi-
Com-
beim
Mittag-
auf der
Ter-
der
Trien-
mit
auf die
Mai-
Skyline
fortge-
Ein
Höhe-
der
schlie-

„Crea-

ative Hotspot-Tour“ war neben den Besuchen der [Fondazione Achille Castiglioni](#) und dem [Studio de Lucchi](#) das Treffen mit dem FIAT-Erben Lapo Elkann in seiner neu eröffneten [Garage Italia Milano](#). Das [Kurzvideo](#) zeigt die Highlights der Reise.

Abbildung 10: Round Table mit den Design Experten ©AußenwirtschaftsCenter Mailand



Abbildung 11: Die Delegation im innovativen Gae Aulenti – Mailand ©AußenwirtschaftsCenter Mailand

11. POLITECNICO DI MILANO – INGENIEURE UND MEHR

Das Politecnico di Milano PoliMi, gegründet im Jahr 1863, zählt zu den wichtigsten Universitäten nicht nur in der Region Lombardei, sondern hat sich als Technische Hochschule auch auf nationaler und internationaler Ebene einen ausgezeichneten Namen gemacht. Das PoliMi ist die größte wissenschaftlich-technische Universität in Italien, die Hochschulkurse in Ingenieurwesen, **Architektur** und **Design** anbietet. Sie verfügt über weitere fünf Standorte in anderen Städten der Lombardei und in der Region Emilia Romagna.

Das **QS World University Ranking 2020** hat das PoliMi in der Kategorie „Engineering & Technology“ erneut unter die Top 20 der Welt gereiht. In der Kategorie Architektur hat sich die Universität seit dem Vorjahr um einige Plätze auf den hervorragenden 7. Rang und die Designfakultät konnte ihren 6. Platz erfolgreich verteidigen.

In Italien selbst ist das PoliMi die Nummer eins unter allen Universitäten in den Bereichen Ingenieurwesen, Architektur und Design.

Zur Eröffnung des 157. akademischen Jahres erläuterte der Rektor Ferruccio Resta die Mission des PoliMi, welche als führende europäische Universität in der Lage sein will, mit wissenschaftlichen und technologischen Innovationen zur Verbesserung der Lebensqualität beizutragen. Darüber hinaus verstärkt die Universität ihre Zusammenarbeit mit produzierenden Unternehmen, um u.a. neue Technologien zur Energiewende, kollaborative Robotik oder die Kreislaufwirtschaft bestmöglich zu nutzen.

Die Bedeutung des PoliMi als Innovationsmotor für Land und Region wurde besonders hervorgehoben. Ministerpräsident Giuseppe Conte hat das Innovationsthema als entscheidendes Instrument für das Wirtschaftswachstum unterstrichen: "Der Fokus auf Innovation ist die beste Methode, um die Herausforderungen des globalen Wettbewerbs zu meistern. Um Prozesse und Produkte zu erneuern, sowie um die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen zu gewährleisten, wurden Steuerbegünstigungen bis zu 50 % auf

die zusätzlichen Ausgaben für Forschung und Entwicklung gewährt. Das PoliMi spielt hier eine Vorreiterrolle und hat eine besondere Fähigkeit, auf die wachsenden Herausforderungen unserer Zeit zu reagieren“, betont er weiter.

Auch der Präsident der Region Lombardei, Attilio Fontana lobte das PoliMi in hohen Tönen: „Das PoliMi ist eine der Leuchttürme unseres Territoriums und die Region Lombardei hat sich dafür entschieden, es noch mehr zu stärken und zu verbessern“. Fontana erinnerte daran, dass die Universität eine führende Rolle innerhalb der Technologiecluster der Lombardei einnimmt und ein wichtiger Impulsgeber für die Entwicklung regionaler Forschungs- und Innovationspolitik ist.

Die Forschungsaktivitäten des PoliMi werden in mehr als 250 **Labors** durchgeführt, die in großen Infrastrukturen (z.B. der größte **Windkanal** Europas) verteilt und teils abteilungsübergreifend organisiert sind. Die **Abteilung für Elektronik, Information und Bioingenieurwesen** (DEIB), deren Forschungsaktivitäten sich auf Informations- und Kommunikationstechnologie (IKT) in derzeit mehr als 40 Labore konzentrieren, beherbergt u.a. die neuen Leonardo Robotics-Labore **Airlab**, **Merlinlab** und **Nearlab**. 2019 haben die drei Labore ihre vielfältigen Kompetenzen und Erfahrungen in den Bereichen künstliche Intelligenz, industrielle und medizinische Robotik zusammengeführt, um Synergien besser zu nutzen.

Darüber hinaus hat die **School of Management des PoliMi** mehr als 30 **Observatorien für digitale Innovation** eingerichtet, um das Wissen über mögliche Chancen und die Auswirkungen der digitalen Innovationstechnologien zu erforschen und an Unternehmen, Behörden und in der Öffentlichkeit zu verbreiten.

Eines dieser „Beobachtungsstellen“ ist das **Industrie 4.0-Observatorium**, das als italienisches Kompetenzzentrum für den Bereich Industrie 4.0 eingerichtet wurde. Ziel ist es, Manager und Unternehmern dabei zu unterstützen, die Chancen der intelligenten Technologien in der verarbeitenden Industrie bzw. im Gewerbe zu verstehen.

Das PoliMi unterstützt den Austausch von Erfahrungen, Wissen und unternehmerischer Vernetzung durch seine drei Kompetenzzentren: POLIHUB, POLI.design und Cefriel.

POLIHUB ist ein Business Incubator, der im Jahr 2000 dank der Beiträge wichtiger öffentlicher und privater Einrichtungen gegründet wurde.

Die Mission lautet „hochinnovative Startups mit skalierbaren Geschäftsmodellen zu unterstützen, um die gegenseitige Befruchtung zwischen der akademischen Welt, den verschiedenen Startups und etablierten Unternehmen, die sich auf Innovation konzentrieren, zu fördern“.

Laut **UBI Global Ranking 2019** steht POLIHUB weltweit an 5. Stelle der Business Incubators in Universitäten.

Cefriel Scarl wurde 1988 als Kompetenzzentrum des PoliMi für Innovation, Forschung und Ausbildung im Bereich Informations- und Kommunikationstechnologie gegründet. Seine Aktivitäten zielen auf die Schaffung von Produkten, Dienstleistungen und Prozessen und auf die Verbreitung einer Kultur der digitalen Innovation ab. Cefriel Scarl ist ein Konsortialunternehmen, das von öffentlichen oder privaten Förderungen unabhängig ist. Gesellschafter sind die Universitäten der Lombardei, die Region Lombardei und 17 multinationale Unternehmen. **Unioncamere**, der italienische Dachverband der Handels-, Industrie-, Handwerks- und Landwirtschaftskammern, hat Cefriel Scarl als zertifiziertes Technologietransferzentrum anerkannt.

In den letzten Jahren legte das PoliMi einen besonderen Fokus auf die vielfältigen Anwendungsbereiche des Designs, die insbesondere zur Bewältigung der Herausforderungen der heutigen Zeit mit Blick in die Zukunft beitragen können.

POLI.design ist eine der wichtigsten Designinstitutionen in Italien und profitiert von ihrem Standort in der Design- und Wirtschaftsmetropole Mailand. Die Schulungsprogramme richten sich an junge Uni-Absolventinnen und Absolventen, Fachkräfte und Unternehmen. POLI.design fungiert als Schnittstelle zwischen Universitäten, Unternehmen und Berufsverbänden sowie Institutionen.

Derzeit werden 4 Bachelor-Studiengänge im Bereich Design mit einer Dauer von 3 Jahren angeboten:

- Industrielles Produktdesign (auch am Campus Como) - Spezialisierung auf: Produkt, Einrichtung
- Modedesign und
- Innenarchitektur

Zusätzlich gibt es 7 zweijährige *Master-Studiengänge*

- Produktdesign für Innovation - Spezialisierung auf: Produktdesign, Service Design
- Kommunikationsdesign
- Design für das Modesystem
- Innenarchitektur
- Design & Engineering - Spezialisierung auf: Virtuell, Fertigung, Material
- Product Service Systems Design Italienisches Mitglied des MEDes-Netzwerks (Master of European Design)
- Marine- und Seededesign (am Campus La Spezia, in Genua und Mailand)

Weitere Informationen finden Sie [HIER](#).

Das Department of Design des PoliMi ist die erste Fakultät, die per Gesetz an einer italienischen Universität zur Forschung und Lehre im Bereich Design im Jahr 1993 eingerichtet wurde. Erfahrungen und Kompetenzen rund um das Thema Design sind hier gefragt, um Spitzenleistungen in den Bereichen Wissenschaft, Kultur und Bildung zu erreichen und auf die neuen technologischen oder fertigungstechnischen Herausforderungen zu reagieren. Die Designfakultät verfolgt hier einen umfassenden fächerübergreifenden Ansatz zur Entwicklung und zum Transfer von Wissenschaft, Kultur und Designmethoden in den verschiedensten Bereichen und Disziplinen, die mit der Informations- und Wissensgesellschaft interagieren.

CILAB, ein Forschungslabor der Designfakultät, ist ein Netzwerk von Professoren, Forschern und Fachleuten, die in der Welt der Design- und Kreativbranche zuhause sind, um durch einen designorientierten Innovationsansatz einen Mehrwert für die Industrie zu schaffen. Auch hier zeigt sich eine branchenübergreifende Betrachtung, mit Schwerpunkt Kreativ- und Kulturindustrie, aber de facto ist die designgetriebene Innovation ein erfolgreiches Modell für Unternehmen aller Sektoren.

Klicken Sie [HIER](#) um die Projekte von **CILAB** zu entdecken!

11.1 Kooperationsabkommen PoliMi - WKÖ

Im März 2019 wurde ein Kooperationsabkommen zwischen der WKÖ und Politecnico di Milano abgeschlossen und damit die Grundlage für eine lange und fruchtbare Zusammenarbeit nicht nur zwischen den beiden Institutionen, sondern auch zwischen österreichischen Unternehmen und dem PoliMi gelegt. Es ist dies das erste strategische Abkommen des PoliMi mit einer Wirtschaftsorganisation weltweit. Ziel dieser strategischen Partnerschaft ist es, „ein Bewusstsein für Geschäftsmöglichkeiten zu schaffen, um die internationale Wettbewerbsfähigkeit österreichischer Unternehmen zu verbessern und gleichzeitig die Erfahrung des Politecnico in der Zusammenarbeit mit Unternehmen zu nutzen, um kreative Innovationen „Made in Europe“ zu schaffen.“

Mit dem Thema „Innovative Water Technologies - for an efficient and sustainable management of water resources“ präsentierte sich das Politecnico di Milano (PoliMi) am 19. September 2019 erstmals in der WKÖ. 20 österreichische Top-Unternehmen der Branche waren angemeldet, 15 davon waren jeweils mit Firmenvertretern (darunter auch CEOs) persönlich anwesend und nutzten den Workshop, um sich über die aktuellen F&Es des PoliMi und interessante Kooperationsmöglichkeiten zu informieren. WKÖ-Vizepräsident Jürgen Roth begrüßte die von der Vizerektorin der Eliteuniversität Donatella Sciuto geleitete italienische Delegation und wies auf die wichtige Vernetzung der österreichischen Firmen mit hochrangigen internationalen Wissens- und Forschungsstätten hin.

Die Vorträge der Experten beleuchteten die innovativen Technologien und die konkrete Nutzung der Forschungsergebnisse, vor allem auch die Zusammenarbeit des PoliMi mit internationalen Unternehmen. Am Ende der Veranstaltung hatten die österreichischen Firmen im Rahmen einer Q&A Session die Möglichkeit, ihre Anliegen mit den Referenten des PoliMi zu besprechen, welche von den Firmen intensiv in Anspruch genommen wurde. Themen waren vorwiegend firmeninternen Forschungs- und Entwicklungsprojekte. Zusätzlich knüpften die Teilnehmer persönliche Kontakte mit dem Leiter des Technology Transfer Office und vernetzten sich in Folge mit spezifischen Forschergruppen.



Abbildung 12: „Innovative Water Technologies - for an efficient and sustainable management of water resources“ mit Vizepräsident Jürgen Roth und Vizerektorin Donatello Sciuto AußenwirtschaftsCenter Mailand

Bleiben Sie über das nächste im Oktober 2020 mit dem PoliMi geplante Projekt informiert und besuchen Sie unsere [Webseite](#).

12. KONKURRENZSITUATION

Der wohl größte Konkurrent Italiens in der weiten internationalen Kreativszene, zugleich neben Hong Kong, Thailand und Singapur auch einen der wichtigsten Kunden des „Bel Paese“ darstellt, ist die Volksrepublik China.

In den letzten Jahren haben sich immer mehr chinesische Unternehmen in Italien angesiedelt, die Bekleidung und Schuhe nach italienischem Design, jedoch teilweise mit importierten Materialien in Italien fertigen und diese mit dem Label „Made in Italy“ versehen. Damit können sie von einer Marke profitieren, die auf der ganzen Welt nicht zuletzt bei Konsumgütern wie Mode oder Möbel eine hohe Wertigkeit genießt und von einer designaffinen, zahlungskräftigen internationalen Kundschaft nachgefragt wird.

Eine Herausforderung ist die starke Konkurrenz innerhalb der Branchen selbst, z. B. in der Modeindustrie, die oft gemäß den aktuellen Trends ähnliche Produkte anbietet, was zu einer Sättigung des Marktes führt. Vor allem im Bereich fast-fashion zeigen sich für den Konsumenten kaum Unterschiede im immer zahlreicheren Angebot.

So gibt es auch im Luxusbereich immer wieder Unternehmen, die in Schwierigkeiten geraten, da sie sich nicht schnell und effektiv genug an die sich ändernde Nachfrage und Bedürfnisse der Konsumenten und der Branche anpassen können. Dies liegt teils an der Eigentümerstruktur und den verfügbaren Ressourcen, welche die notwendigen auch internationalen Investitionen zum Erhalt der Wettbewerbsfähigkeit erschweren. Im Modebereich wurde etwa viele Labels von großen Konzernen aufgekauft, etwa vom Luxusgigant Kering, welcher in ein neues Logistikzentrum in Piemont investiert, das Ende Februar hat das Logistikzentrum mit einer Fläche von 60.000 m² seine Türen geöffnet hat.

Wie sieht die internationale Konkurrenz etwa am Beispiel Möbel aus?

Laut der letzten Studie von **Federlegnoarredo**, importierte Italien allein im Jahr 2018 EUR 4,5 Mrd. und exportierte EUR 14,4 Mrd. im Sektor Möbel und Ausstattung. Insbesondere wurden Möbel für Schlafzimmer und Kinderzimmer importiert (+43,4%), Möbel für den kommerziellen Gebrauch (+11,9%), Badezimmermöbel (+7,5%) und Beleuchtung (EUR 956 Mio. und ein Wachstum von 2,6%). Neben China ist Österreich das zweitwichtigste Importland mit einem Umsatz in 2018 von €1,2 Milliarden. Außerdem sind Deutschland, Frankreich und Polen wichtige Importmärkte für die italienische und Möbelindustrie.

Die letzte Ausgabe der **Salone Internazionale Del Mobile** hat gezeigt, dass ein immer größeres Interesse seitens internationaler Unternehmen besteht, sich nicht nur auf einer internationalen Plattform zu präsentieren, sondern ihr Angebot auch bei italienischen Top-Unternehmen zu bewerben. 8.000 der 24.000 Aussteller kamen bereits aus dem Ausland.

Wie der Bericht "Design Economy" von **Symbola** dargestellt, nimmt Italien eine Führungsrolle im Design ein. In Europa ist fast jeder fünfte Designer (17,4%) Italiener. Neben Italien spielen Großbritannien, Deutschland, Frankreich und Spanien eine bedeutende Rolle auf dem Designmarkt: mit einem Umsatz von EUR 4,4 Mrd. und 29.000 aktiven Unternehmen liegt Italien nach Großbritannien (EUR 8,8 Mrd. und 21.000 Unternehmen) an zweiter Stelle unter den großen europäischen Volkswirtschaften vor Deutschland (EUR 3,6 Mrd. und 23.000 Unternehmen), Frankreich (EUR 1,9 Mrd. und 34.000 Unternehmen) und Spanien (EUR 1,0 Mrd. und 5.000 Unternehmen).

Ein besonders wichtiges Schaufenster ist die Mailänder Design Week (Salone und Fuorisalone). In den letzten Ausgaben 2018 und 2019 des **Fuorisalone** haben bereits auf dem italienischen Markt etablierte Länderpräsentationen wie Deutschland und die Niederlande ein hohes Publikumsinteresse geweckt. „New entry countries“ wie Brasilien, Polen und skandinavischen Länder konnten ebenfalls in den letzten Jahren einen kreativen Fußabdruck hinterlassen. Designer und kreative aus diesen Ländern zählen zu

potentiellen Mitbewerbern nicht nur für italienische Unternehmen, sondern auch für österreichische Kreative, die Interesse haben sich am italienischen aber auch weltweiten Markt zu etablieren.

13. GESETZLICHE UND SONSTIGE RAHMENBEDINGUNGEN

Italien ist sich der Einzigartigkeit seiner kreativen Stärken bewusst, die als integraler Bestandteil des Markenversprechens von „Made in Italy“ verstanden und erwartet werden. Diese kreative Schaffensfreude, die unser südliches Nachbarland auszeichnet, zieht sich durch alle Facetten der Wirtschaft und des Alltags schlechthin.

Wer schönes kreiert, sollte sich seine Schöpfungen auch entsprechend schützen lassen. Oftmals vergisst der Designer, Architekt, Musiker oder sonstige kreative Unternehmer, dass eine Melodie, ein Design oder auch nur ein Slogan einen wirtschaftlichen Wert hat.

Die nachfolgenden Ausführungen erheben keinesfalls Anspruch auf Vollständigkeit, sondern zeigen einzelne Problemfelder auf, um österreichischen Unternehmer zu sensibilisieren.

Die gewerblichen Schutzrechte schützen Urheberrecht, Marke oder Design. Umfassende Informationen zum Thema bietet das **Fachprofil Italien: Das Recht des geistigen Eigentums**, das vom AußenwirtschaftsCenter Mailand bezogen werden kann.

In den **Fachprofilen Firmengründung & Steuern** sowie **Eigentum & Forderungen** werden verschiedene Themen beleuchtet, die sowohl beim Markteinstieg als auch -aufbau von schöpferisch tätigen Unternehmen in Italien von wesentlicher Bedeutung sind. Beide Fachprofile sind für österreichische Unternehmen über das **AußenwirtschaftsCenter Mailand** erhältlich.

Verwiesen sei an dieser Stelle auf die Fördermöglichkeiten durch die **GO International Initiative** und die Exporthilfen durch die **Oesterreichische Kontrollbank**.

Um den für den Italien extrem wichtigen und wegen der Covid Krise besonders hart getroffenen Bereich der Kreativwirtschaft zu erhalten und wieder zu beleben, haben sich sowohl die öffentlichen Institutionen (EU, Staat und Region) als auch private Venture Capital Geber (siehe z.B. **European Creative Business Network**) aktiviert. Man versucht traditionelle wie neue innovative Konzepte miteinander zu verzahnen.

- **Summer Academy on CCIs and Local development - JOINING FORCES TO SHAPE THE FUTURE**
- **Coronavirus (COVID-19) and cultural and creative sectors: impact, innovations and planning for post-crisis**

Auf der **Keanet Homepage** sind die jüngsten Maßnahmen insbesondere für Kulturschaffende und Kreative erläutert.

Es werden Lizenzgebühren, Steuerrückzahlungen und sonstige Zahlungen an Künstler und Kreative vorgezogen. Auf der anderen Seite wurden u.a. Sozialabgaben- und Mietzahlungspflichten ausgesetzt (siehe dazu **Dekret Cura Italia** sowie **Dekret Liquidità**).

Das ital. 25 Mrd Paket "Cura Italia" beinhaltet für die Kreativwirtschaft relevanten Maßnahmen:

- Ausdehnung von sozialen Abfederungsmaßnahmen für den Kulturbereich (Art 22);
- 600 € Bonus für Freelancer der darstellenden Kunst (EUR 48,6 Mio. 2020 (u. Bedingungen Art 38);
- Aussetzung Abgabepflichten (siehe **LINK** sowie **HIER**) für Museen, Theater, Konzertveranstalter und andere kulturelle Organisationen (Art 61 und Art 62);
- Wichtig für den Kulturbereich ist u.a. das **Ticket Voucher System** für verkaufte Tickets für ein Jahr (Art 88);

- zwei Kunst- und Filmförderungsfonds 130 Mio € für 2020 (Art 89);
- **Urheberrechtsabgabenregelung von SIAE** (10 % der Einnahmen für Darsteller und Autoren - Art 90

Einen allgemeinen Überblick zu den potentiellen Förderungen durch die öffentliche Hand in Italien bietet das **Vademecum of Development Incentives des Ministeriums für wirtschaftliche Entwicklung** für den Kulturbereich siehe auch **Kultusministerium**.

Hinzu kommen Förderungen auf regionaler Ebene:

- **Förderung von kulturellen Tätigkeiten und Investitionen - Südtirol**
- **Region Lombardei EUR 5,5 Mio. € für Museen, Film und Theater**
- **Region Piemont EUR 1,5 Mio. für Museen und Theater, Film**

Bereits durch das Haushaltsgesetz 2020 (Ges. Nr. 160/2019) wurde der Steuerbonus für Forschung und Entwicklung (Abs. 198 u. ff.) in drei verschiedene Gattungen aufgeteilt:

- **Forschung und Entwicklung:** Der Bonus beträgt 12 Prozent der zulässigen Ausgaben. Gefördert werden die Grundlagenforschung, die industrielle Forschung und die experimentelle Entwicklung gemäß Unionsrahmen vom 27. Juni 2014 (2014/C 198/01) und dem sogenannten Frascati-Handbuch.
- **Technologische Innovation:** Der Bonus beträgt 6 Prozent der zulässigen Ausgaben und kann bei nachhaltigen und ökologischen Maßnahmen auf 10 Prozent erhöht werden. Es geht hier um die Realisierung von neuen Produkten und neuen Produktionsprozessen nach den Grundsätzen des sogenannten Oslo-Handbuches.
- **Design und Musterkollektionen:** Der Bonus beträgt 6 Prozent der zulässigen Ausgaben und betrifft hauptsächlich die Bereiche der Mode, Möbel und Einrichtung, Keramik und Goldschmuck.

Für Architekten und Gestalter dürften ferner die höchstwahrscheinliche Verlängerung und Aufstockung durch das nächste Maßnahmenpaket von Möbel-, Sisma- und Ökobonus sein:

- **Sismabonus**
- **energetische Sanierung** sowie **Wiedergewinnungsarbeiten** - Ökobonus
- **Möbelbonus**
- **Fassadebonus**

Architektur

Wie in anderen Ländern gibt es auch in Italien besondere Rechtsvorschriften, die den Bausektor, Landschafts- oder Denkmalschutzes betreffen. Da Baurecht ist örtlich unterschiedlich geregelt, wichtig ist gerade in einem kulturell so reichen Land wie Italien der [Kodex der Kultur- und Landschaftsgüter](#), siehe auch [Provinz Bozen](#). Daneben gelten eine Reihe von internationalen und gemeinschaftsrechtlichen Bestimmungen, die es im Einzelfall zu beachten gilt (siehe [Kultusministerium](#) sowie [UNESCO](#)).

- [Baugenehmigungen Gemeinde Bozen](#)
- [Baugenehmigungen Gemeinde Mailand](#)

Auf der anderen Seite fördert der italienische Staat jene, die den Erhalt der Gebäude sichern z.B. durch den sog. Fassadenbonus, dies ist ein Steuerguthaben von 90% der Ausgaben für die Reinigung oder Wiederinstandsetzung der Fassaden. Dieser Bonus wird über 10 Jahre in gleich hohen Raten von der geschuldeten Steuer abgezogen (siehe [Verbraucherzentrale](#)).

Darüber hinaus muss der Architekt und Raumplaner auch die berufsethischen Bestimmungen einhalten (siehe [Architekturkammer Bozen](#)).

Fashion & Design

Für die Bereiche Mode und Möbeldesign gibt es in Italien eigens eingerichtete Lehrstühle für Fashion Law und Design Law (siehe z.B. [LINK](#) sowie [Fachprofil Mode & Textilien](#)). Die Handelskammer Bozen hat zum Label bzw. Markenrecht umfassende Informationen in deutscher Sprache veröffentlicht:

- [Patente und Marken Ideen schützen, Innovationen nutzen](#)
- [Muster und Modelle Vom guten Geschmack](#)

Bei Textilien sind die Etikettierungsvorschriften zu berücksichtigen. Auch hier gelten naturgemäß die internationalen und gemeinschaftsrechtlichen Bestimmungen:

- [Etikettierung von Textilien](#)
- [Produktsicherheit und Etikettierung](#)
- [Textiles and clothing legislation](#)
- [Laws, rules and safety](#)

Das gleiche gilt für andere Materialien im Inneneinrichtungsbereich, egal ob es sich um Holz, Kunststoff oder Metall handelt. Aufgrund des begehrten Labels „Made in Italy“ gibt es eine weitreichende Produktpiraterie und durchaus kreative Ansätze, um verschiedene Produkte als „italienisch“ besser und teurer vermarkten zu können. Den italienischen Behörden ist die Bedeutung dieses Themas bewusst, dem entsprechend wird die Herkunftsbezeichnung Made in Italy sehr streng kontrolliert, man setzt dabei u.a. auf neue Technologien wie Blockchain.

[BLOCKCHAIN FOR MADE IN ITALY TRACEABILITY: Origin, Quality, Sustainability](#)

In zivilrechtlicher Hinsicht können bestimmte Installationen als bewegliche Güter oder als Immobilien eingestuft werden, dies hat jeweils unterschiedliche Rechtsfolgen. Bei Lichtinstallationen sind zudem ggf. Vorschriften im Zusammenhang mit Arbeitsschutz und Elektrizität zu beachten - siehe [Arbeitsschutzgesetz](#) und [Handelskammer Bozen Installationsgewerbe](#).

Auch Verträge sollten immer auf den Einzelfall angepasst werden. Der vom Möbelhändlerfachverband Federmobili angebotene **Mustervertrag** dient als nützliche Orientierung.

Auch im Bereich Möbel gibt es Abschreibungsmöglichkeiten durch den sog. **Möbelbonus**.

Unterhaltungsindustrie (Musik, Film, Theater)

Im Bereich Entertainment ist das **Urheberrechtsgesetz** die maßgebliche Rechtsgrundlage. Es bleibt abzuwarten, wie sich die EU Urheberrechtsrichtlinie in Italien konkret umgesetzt und angewandt wird. Es gibt ein gewisses Pressing seitens der Rechteinhaber.

- **Copyright im Internet - Allgemeiner Überblick**
- **Urheberrecht und Copyright**
- **Gesellschaft für Autorenrechts SIAE**

Auch ein kulturelles Event, wie eine Ausstellung, ein Konzert oder eine Vorstellung oder das Drehen eines Filmes ist an eine Reihe fiskal-, sozialversicherungs-, gewerbe- und ordnungsrechtliche Voraussetzungen geknüpft. Hier ist im Einzelfall der jeweilige Sachverhalt zu analysieren und die entsprechenden rechtlichen Vorschriften zu beachten.

Es kommt immer darauf an, was für wen wo und in welchem Ausmaß und wie lange auf- oder vorgeführt wird. In fiskalrechtlicher Sicht ist bspw. der Leistungsort bei Veranstaltungen immer der Veranstaltungsort, was eine MwSt-rechtliche Registrierung nach sich ziehen kann. Zu diesem Thema hat das AußenwirtschaftsCenter Mailand ein **Fachprofil Mwst-Registrierung in Italien** ausgearbeitet, das von österreichischen Unternehmen angefordert werden kann.

Aber auch für selbständige Künstler sind Besonderheiten bei der Besteuerung bei B2B Geschäften zu beachten (siehe Quellensteuer für Lizenzgebühren **Doppelbesteuerungsabkommen Österreich Italien**).

Auf der anderen Seite gibt es auch im Kulturbereich entsprechende Förderungen wie **Cultura Crea** oder die **Filmförderung in Südtirol**.

Die Förderlandschaft und die einzelnen Rechts- und Steuerfragen sind zuweilen sehr komplex und es empfiehlt sich daher die Kontaktaufnahme mit dem AußenwirtschaftsCenter Mailand für eine individuelle Beratung.

14. TRENDS UND ENTWICKLUNGEN

Die Kreativität in Italien kennt keine Grenzen: die ganze Industrie ist immer in Bewegung, sie geht in Richtung neuer Ideen und neuer Erfindungen und positioniert diese im internationalen Kontext. In der eng vernetzten, schnelllebigen Welt stellen sich die Kreativen einer Vielzahl neuer Herausforderungen, die es zu meistern gilt: Klimawandel, Kreislaufwirtschaft, Digitalisierung und Smart Home sowie Smart Mobility sind omnipräsent und finden sich in jedem Projekt, in jeder Produktentwicklung wieder.

Die Rolle der Kreativen und der Trendsetter wird in Zukunft immer vielseitiger werden. Grenzen zwischen den typisch kreativen Branchen und der traditionellen Industrie brechen auf, „creative driven“ ist kein Luxus mehr, sondern eine Notwendigkeit, um in engen Kollaborationen die verschiedensten aktuellen und Zukunftsthemen aufzugreifen und sich aus angestammten Nischen zu bewegen.

Das ist auch ein wesentlicher Grund, warum die Top-Universitäten eine immer stärkere Zusammenarbeit mit Unternehmen anstreben und Studenten spezifische Kurse anbieten, um sie an die Anforderungen eines Wirtschaftslebens heranzuführen, dessen Erfolg wesentlich von der Flexibilität und Agilität seiner Arbeitskräfte geprägt wird.

Da die Kreativindustrie eine breite Anzahl von unterschiedlichen Sektoren umfasst, werden auf den folgenden Seiten einige beispielhafte Trends aufgezeigt, die nicht zuletzt die Stärke des Kreativstandortes Italien widerspiegeln:

Nachhaltigkeit und Innovation im Fashion Bereich

Die steigende Aufmerksamkeit gegenüber Umweltfragen und Nachhaltigkeitsthemen hat auch die Produktionsprozesse der italienischen Textil- und Modeunternehmen beeinflusst.

Dazu haben auch die neuen Tendenzen der letzten Jahre, wie beispielsweise das Phänomen der Fast-Fashion, beigetragen. Forschung und Innovation spielen auch im Sektor Mode und Textilien eine bedeutende Rolle.

Der anspruchsvolle Konsument legt seinen Kaufentscheidungen ein steigendes Umweltbewusstsein zugrunde, der „grüne“ Trend wird auch in Zukunft immer mehr an Bedeutung gewinnen. Erwartet werden umweltfreundliche, nachhaltig erzeugte Produkte und ein bewusster Umgang mit Ressourcen. Außerdem muss Kleidung auch immer technologischer werden.

Um das Wachstum des Umweltbewusstseins zu fördern und eine Alternative zu Fast Fashion zu bieten, sucht die italienische Textilindustrie immer öfter nach neuen Produktionsmodellen und effizienten Prozessen, bei der eine möglichst geringe Umweltbelastung im Vordergrund steht.

In diesem Zusammenhang wurde das Projekt **Sustainable Technologies** von der Vereinigung der italienischen Textilmaschinenproduzenten **ACIMIT** ins Leben gerufen. Dieses Projekt soll zu umwelteffizienten Technologielösungen führen, die den Anwendern erhebliche Vorteile in Form von reduzierten Produktionskosten bieten. Die teilnehmenden Unternehmen erhalten das sogenannte „Targa Verde“, ein „grünes Siegel“, welches Angaben zum Energieverbrauch und CO₂-Emissionen, sowie ökologische Effizienz der benutzten Textilmaschinen, gemäß der europäischen Standards ISO 14040, ISO 14044, EPD10 und Ecode-sign¹¹, beinhaltet.

Der **Wearable Technology** Sektor wächst rasant: im Jahr 2019 ist der Verkauf von Wearable Technology um 28,8% gestiegen. Laut einer Studie könnte diese Technologie auch auf Tiere eingesetzt werden ([HIER](#) finden Sie die Studie).

Unter Wearable Technology im Textilbereich versteht man Technologien und Sensoren, die in die Kleidung bzw. in die Fasern eingearbeitet sind und direkt am Körper getragen werden.

Hauptsächlich wird diese Technologie in der Sportbekleidungsbranche genutzt. Laut den Statistiken ist die Bereitschaft der Konsumenten im Sportsektor generell höher, Geld für Spezialbekleidung auszugeben. Laut den jüngsten Prognosen soll sich der Anteil der Wearable Technology auch bei Alltagsbekleidung und Kopfbedeckungen deutlich erhöhen. 2022 werden 12 % Marktanteile in diesen Branchen erwartet, was verglichen zu 2018 ein Plus von 37 % des Bekleidungs- und 56,3 % des Kopfbedeckungssektors ausmachen würde.

Parallel zu den innovativen Entwürfen von Fasern und Textilien steigen auch die **Fertigstellungen** direkt durch den **3D-Drucker**. Mit dieser Technologie ist es möglich, innerhalb von 24 Stunden ein maßgeschneidertes Produkt herzustellen. Der Anwendungsbereich ist zum jetzigen Zeitpunkt begrenzt, da die Kosten noch zu hoch sind. In Nischenbereichen, wie bei innovativen Textilien für das Gesundheitswesen, wird dieser aber immer interessanter.

Diese technologische Innovation könnte zu einer geringeren Verschwendung von Textilresten, bis zu einer Ersparnis von 30% der Stoffe führen.

Bei Textilinnovationen spielen in Italien **CENTROCOT** und **AIRI** eine bedeutende Rolle.

Um die letzten Trends im Bereich nachhaltige Mode zu entdecken versäumen Sie nicht die Messe **WHITE**. Hier werden die neusten Erfindungen von den Designern und Unternehmen aus Italien und aus aller Welt präsentiert.

In der Ausgabe 2019 wurde die Fa. **Regenesi** als Best Performer in der Kreislaufwirtschaft prämiert: die Taschenfirma hat eine ganze Kollektion mit Materialien durch das Recyceln von Plastikflaschen hergestellt.

Die berühmte Modemesse in Florenz – **PITTI** – hat auch in den letzten Ausgabe 2020 zahlreiche nachhaltige Projekte vorgestellt.

Rifò, von Niccolò Cipriani 2017 in Prato gegründet, nutzt die alte Tradition der Regeneration von Textilfasern, um ein nachhaltiges Modell zu schaffen, dessen Protagonist Kaschmir ist. „Die stillgelegten Kaschmirpullover werden ausgewählt, nach Farben unterteilt und zu neuen Garnen verarbeitet. Wir arbeiten mit kleinen Handwerkern in der Region zusammen, von denen jeder eine der Verarbeitungsphasen durchführt. Mit diesem Verfahren sparen wir 90% beim Wasserverbrauch, 77% beim Energieverbrauch, 90% beim Chemikalienverbrauch, 95% beim CO₂-Ausstoß und 100% beim Einsatz von Farbstoffen“, erklärte Cipriani.

„Unser Ziel ist es, die Menschen über Kaufgewohnheiten zu sensibilisieren und zu bewegen sowie eine andere Art des Verkaufens und des Konsums zu kommunizieren, um zu den Emotionen zurückzukehren, die ein Kleidungsstück vermitteln kann.“

Heute ist Rifò in über 90 Filialen in Italien, Deutschland, Frankreich und Belgien vertreten. Die Marke ist auf E-Commerce-Ebene sehr aktiv, was heute rund 60% des Gesamtumsatzes ausmacht.

Um mehr zum Thema „ethical clothing“ zu erfahren klicken Sie **HIER**.

Die Herrenoberbekleidung und Bademode der Marke **Chimborazo**, 2017 von Francesco Rubino gegründet, zeigt sich nachhaltig durch die Verwendung von recycelten Kunststoffmaterialien zur Gewinnung von Polyester und Nylon, die erstmals mit der FW 2020-21 eingeführt wurden. „Mit dieser Wintersaison bringen wir auch die Damenlinie auf den Markt. Insgesamt besteht die Kollektion aus jeweils 9 Oberbekleidungen für Damen und Herren in verschiedenen Farben“, sagt Rubini. „Bis heute haben wir über 150.000 Plastikflaschen recycelt.“ Auf Vertriebsstufe wird sich die Marke, die heute in rund 100 Mehrmarkengeschäften in Italien und 8 Geschäften in Frankreich vertreten wird, weiterhin auf den Großhandel konzentrieren. Chimborazo ist neu in Spanien und Deutschland eingestiegen, die Märkte Österreich, die Schweiz, Portugal und Japan sind im Visier.

Duno wurde 2014 in der Region Toskana gegründet und ist eine Marke für Oberbekleidung. Während der 97. Ausgabe von PITTI UOMO präsentierte die Firma das Refuture-Projekt "Packable Jacket", das aus einem regenerierten und zertifizierten Nylonfaden besteht. Der Stoff, der durch die Rückgewinnung von Fischernetzen, Industrierückständen und Stoffresten in den Ozeanen gewonnen wird, wird durch ein hochinnovatives System verarbeitet, das ihn wasserdicht und fluorkohlenstofffrei macht. Diese Behandlung ist nicht nur umweltverträglich, sondern schützt auch die Gesundheit der Arbeitnehmer. Die Polsterung aus recyceltem Kunststoff (83%) garantiert eine hervorragende Wärmekapazität. Das „Packable Jacket“ verdankt ihren Namen der Tatsache, dass sie leicht zusammengefaltet werden kann und zu einer kleinen Tasche wird, die sehr bequem zu tragen ist.

Nachhaltigkeit in der Designbranche

Die Designbranche beschäftigt sich bereits des längerem mit dem Thema Nachhaltigkeit, das eine immer bedeutendere Rolle spielt.

Das Ziel des nachhaltigen Designs ist die Beseitigung oder Verringerung negativer Auswirkungen auf die Umwelt in der industriellen Produktion.

Um das 50-jähriges Jubiläum der berühmten Sessel SACCO zu feiern, hat die Fa. **Zanotta** 2019 eine neue nachhaltige Version dieser Designikonen realisiert. Die nummerierte Sonderausgabe wurde ausschließlich unter Verwendung innovativer und nachhaltiger Materialien gefertigt. In der neuen grünen Version ist SACCO mit Synbras BioFoam-Mikrokugeln gefüllt, einem aus Zuckerrohr hergestellten Biokunststoff. Die Außenbeschichtung besteht stattdessen aus ECONYL, einem regenerierten Nylonfaden, der aus stillgelegten Fischernetzen sowie aus Kunststoff- und Gewebeabfällen gewonnen wird.

Die nahe Zukunft wird von biologisch gewonnenen Materialien bestimmt sein, die von der Welt des Designs inspiriert sind, wie die jüngsten internationalen Trends beweisen. Die Lebendigkeit und Vielfalt an Erfahrungen, mit denen die Welt des Designs Forschung und Experimente zur Entwicklung nachhaltiger Alternativen zu Kunststoffen unterstützt, weisen in eine spannende Zukunft voll neuer Materialien, die das Profil der Produkte von morgen bestimmen werden.

Bioherstellungstechnologien führen zur Schaffung von Designmaterialien auf Bio-Basis, die im Bauwesen, in der Innenarchitektur und im Industriedesign eingesetzt werden können.

Die Impulse gehen dabei von verschiedenen Seiten aus: oft sind es Designer oder Designerinnen selbst, die in Zusammenarbeit mit Biologen und Ingenieuren die Entwicklung neuer Materialien initiieren. Umgekehrt beauftragen „design driven“ Unternehmer und andere Stakeholder die kreativen Spezialisten zur Umsetzung ihrer Ideen. Fast täglich entstehen auf diese Weise neue Projekte, die im regionalen, nationalen oder internationalen Umfeld für Aufsehen sorgen und neue Kooperationen inspirieren.

Welche Rolle spielt dabei Italien?

Auch Italien legt besonderes Augenmerk auf die Forschung und die Entwicklung von neuen Materialien und Ideen.

Ein Beispiel dafür ist die Start-Up **Biofaber**, welche neue nanostrukturierte Biomaterialien auf Basis von Cellulose bakteriellen Ursprungs entworfen hat.

Die Designerin Mariangela Stoppa ist ein perfektes Beispiel für Kreislaufwirtschaft in Italien: der Produktionsprozess des Unternehmens basiert auf der Symbiose von Bakterien und Pilzen, die bereits in verschiedenen Lebensmitteln enthalten sind.

Die Umwandlung findet in einer wässrigen Kultur statt, die mit Zuckern aus Lebensmittelabfällen wie Melasse, Trester oder Olivenbaumwasser angereichert ist. Aus dieser wird von Mikroorganismen nanostrukturierte Cellulose synthetisiert, die sich bei Raumtemperatur und Druck selbst zusammensetzt und in wenigen Wochen wächst.

So entsteht ein biokompatibles nanostrukturiertes Polymer, das hinsichtlich spezifischer Eigenschaften anpassbar ist: bei Bedarf kann es geruchsneutral, sterilisiert oder wasserabweisend gemacht werden. Auf dieser Technologie- und Produktionsbasis hat das Unternehmen von Brindisi ein Material entwickelt, das bei bestimmten Anwendungen die Tierhaut ersetzen kann, sowie eine Reihe von Materialien in Form von Hydrogelen für den medizinischen und biokosmetischen Bereich.

Biomaterialien finden in der Mode häufiger Verwendungsmöglichkeiten, da sie technologisch weniger komplexe Leistungsmerkmale zeigen.

Die Designuniversitäten spielen eine wichtige Rolle als Inkubatoren für Biomaterialien. Genau hier werden immer mehr Studiengänge eingerichtet, die junge Designer dazu erziehen, mit Biologen an der Gestaltung von Materialien mit geringer Umweltbelastung zu arbeiten.

Immer mehr Designstudenten widmen ihre Master- oder Doktoratsarbeiten der Entwicklung neuer biologisch gewonnener Materialien. Spezielle Wettbewerbe und öffentliche Spendenaktionen dienen dazu, ein positives Klima für Startups zu schaffen, die auch auf neue experimentelle Labors innerhalb der Designfakultäten zurückgreifen können. Die meisten Designer, die an diesen „Innovationsbeschleunigungen“ teilnehmen, mögen als Amateure der neuen Ära auftreten, aber ganz im Gegenteil können sie eine echte Avantgarde darstellen, welche eine Industrie – die dazu noch nicht die Bereitschaft oder Fähigkeit hat – inspirieren kann.

Die Entwicklungen der Künstlichen Intelligenz, Nanotechnologie, 3D Drucke werden sich fortsetzen und die Grenze zwischen Natur- und Kunststoff wird sich immer fließender gestalten (Biomaterials). Auch das **Internet of Things** wird die Werkstoffwahl und Materialwirtschaft maßgeblich beeinflussen. Das betrifft den Fahrzeugbau (insbesondere den Automotivebereich), Konsumgüter und Bekleidung wie Verkleidungen und technische Textilien für die Baubranche.

Der Fachverband innovativer Textilien **TexClubTec** betont in diesem Zusammenhang: „Design is a holistic and multidisciplinary problem-solving approach that takes user needs, aspirations and abilities at its starting point and focus. The potential of design as an innovation activity is complementary to R&D in that it transforms research into commercially viable products and services and brings innovation closer to user needs“

Innovation: Blockchain in der Kreativindustrie

In den nächsten zwei Jahren planen fast alle Unternehmen, in Industrial IoT (48%) und Advanced Automation (33%) zu investieren. Bei einer Zeitspanne von drei bis fünf Jahren ändern sich die Prioritäten jedoch je nach firmengröße: Große Unternehmen verfolgen eine langfristige Anlagestrategie, die sich auf fortschrittliche Technologien wie künstliche Intelligenz und Blockchain konzentriert. Umgekehrt bevorzugen KMU Investitionen in Cloud, Automatisierung und additive Fertigung, was als vorsichtigerer Strategie zu werten ist.

Neben Artificial Intelligence und IoT wird Blockchain immer mehr eine wesentliche Rolle in den Creative Industries spielen. Diese sogenannten transformativen Technologien tragen dazu bei, die digitale Transformation zu stärken.

Die Medien- und Verlagsbranche nähert sich zunehmend der Blockchain-Welt. Während große Unternehmen Blockchain verwenden, um ihre Lieferkette zu verbessern, nutzen Kreativindustrien diese, um die Rechenschaftspflicht für Reporter und damit den Vertrauensfaktor zu erhöhen.

Mit dem Aufkommen der Digitalisierung ist die Verlagsbranche insbesondere in den letzten zwei Jahrzehnten gezwungen, die Probleme von Plagiaten und Urheberrechtsverletzungen aktiv zu bekämpfen. Darüber hinaus ist es oft sehr schwierig festzustellen, wer der ursprüngliche Schöpfer eines Werks ist.

Die Blockchain-Technologie könnte endlich eine Lösung für diese Art von Problemen im Verlagssektor sein. Alle auf öffentlichen Blockchains aufgezeichneten Informationen sind unveränderlich und können von jedem einsehbar. In ähnlicher Weise kann während der Veröffentlichung eines Artikels, eines Buches oder eines anderen literarischen Werks die Identifizierung der Metadaten vom Autor in die Blockchain hochgeladen werden, um den genauen Zeitpunkt des Beginns des Werks zu bestätigen. Jedes vom Autor vorgenommene Update wird dann in die Blockchain eingepreßt und kann öffentlich angezeigt werden.

Unter folgenden [LINK](#) finden Sie einen interessante Artikel über die positive Aspekte der Blockchain, siehe obige Grafik.

Der Digitalisierungsprozess ist bereits im Kreativbereich angekommen: Domotik und Smart Home sind bereits Alltag geworden.

Das Start-Up [Hi-Interiors](#), das im [Innovation Hub MIND](#) gegründet wurde, hat mit dem Motto „Design connects Life“ das erste Smart Bed realisiert.

[HiCan](#) und [HiBed](#) kombinieren hochwertiges Design Made in Italy mit den neuesten Technologien: „Es geht nicht darum, Ihren Raum zu gestalten. Es geht darum, Ihr Leben zu gestalten. Wir beschleunigen die digitale Transformation der Möbelindustrie“ – so die zwei Gründer des Start-Ups.

Hi-Interiors lancierte ein Open Innovation Programm namens [HiHack](#) um internationalen Start-Ups und Unternehmen zusammenbringen, die sich mit dem Thema Digitalisierung und Design auseinandersetzen. [HIER](#) finden Sie die Informationen, um am Programm teilzunehmen.

15. COVID-19 KRISE: GEISTESBLITZE DER KREATIVEN IN ITALIEN

Die dramatischen Ereignisse der letzten Wochen in Italien, erstes europäisches Land das von der Ausbreitung des COV-19 massiv betroffen wurde, haben uns alle zutiefst erschüttert. Das Gesundheitssystem stößt an seine Grenzen, die Hälfte der Wirtschaft wurde stillgelegt, das ganze Land kämpft gegen einen schier übermächtigen, unsichtbaren Gegner und war dabei Vorreiter für ganz Europa.

In diesen Zeiten der enormen Herausforderungen zeigen Italienerinnen und Italiener ihre Stärken: mit Pragmatismus, Flexibilität und Kreativität versucht man, dieser beispiellosen Krise zu begegnen, sei es in den Unternehmen, sei es im privaten Umfeld.

Das erste Gebot der Stunde war „smart working“, um die Arbeit in die Sicherheit des häuslichen Umfeldes zu verlegen, dadurch Ansteckungen zu vermeiden und die Ausbreitung des Virus einzudämmen. Das Leitmotiv war #iorestoacasa (#ichbleibezuhaus) und forderte nicht wenig flexiblen Einsatz, um die beruflichen mit den familiären Aufgaben vereinbare zu können. Viele waren mit unzureichender technischer Infrastruktur ausgestattet, ein Land dessen Kultur und Kreativszene vom „live“ Austausch auf persönlicher Ebene geprägt ist war absolut gefordert. Alternativ entwickelten sich verstärkt neue Kommunikationsformen innerhalb von Unternehmen aber auch im Privatbereich, um die kreative Nähe zueinander nicht zu verlieren.

Big Player bis KMUs, von Norden bis Süden, viele kreative Köpfe haben sich gefunden, um mit einem typisch italienischen Spirit das Virus zu bekämpfen. So haben etwa Unternehmen neue Projekte und Initiativen entwickelt, die nicht nur zur Verbesserung des Krisenalltags dienen, sondern auch das schwer getroffene italienische Gesundheitswesen unterstützen.

Hier sind auch die finanziellen Engagements von Unternehmerfamilien oder Banken hervorzuheben: in kaum einem anderen europäischen Land setzen privaten Initiativen ein so klares Zeichen zur Unterstützung einer Gesellschaft. Siehe dazu weiter unten.

Beispiele für unternehmerische Flexibilität sind etwa die Firmen **Campari**, **Ramazzotti** und **Disaronno**, die ihre Produktion von Alkoholgetränken zu Desinfektionsgelen umgestellt haben – ohne dabei ihre typische Designsprache aufzugeben, wie die Verpackungen zeigen. Klicken Sie [HIER](#) um die Bilder zu sehen.

15.1 3D-Druck und Robotik gegen die Krise



Abbildung 13: 3D-gedruckte Ventil von Isinova

Cristian Fracassi, ein junger Geschäftsmann aus Brescia, CEO von **Isinova**, verwendete den 3D-Drucker seines Unternehmens, um Atemschutzgeräte für das Chiari-Krankenhaus herzustellen.

Die Initiative begann mit Massimo Temporelli vom **Startup FabLab**, der sich an Fracassi wandte, um die sofortige Verfügbarkeit der Druckmaschinen zu erfragen und damit dem Mangel an Atemschutzgeräten im Krankenhaus zu begegnen.

Nach den ersten Prototypen mit voll funktionsfähigen Ergebnissen wurden alle erforderlichen Unterstützungen mithilfe der 3D-Drucktechnologie in nur 24 Stunden hergestellt. Der Unter-

nehmer wollte keine Entschädigung dafür. Die auf der Intensivstation verwendeten Geräte müssen normalerweise den genauen Zulassungsverfahren entsprechen, bevor sie verwendet werden können. In diesem Fall hatte die Gesundheit des Patienten Vorrang vor den Verfahren – ein pragmatischer Zugang.

Aus diesem ersten Versuch hat sich ein größeres Projekt entwickelt. Dr. Favero, ehemaliger Chefarzt im Gardone Valtrompia Krankenhaus setzte sich mit Isinnova in Kontakt, um gemeinsam C-PAP-Masken für die intensive Therapie zu entwickeln. Es handelte sich um eine Notfall-Atemmaske durch Anpassung einer bereits auf dem Markt befindlichen Schnorchelmaske. Isinnova setzte sich mit der französischen Fa. Decathlon in Verbindung, welche die CAD-Zeichnung der Maske anfertigte. Das Produkt wurde zerlegt, untersucht und die durchzuführenden Änderungen bewertet. Die für den Anschluss an die Atemgeräte notwendigen Verbindungen wurden auf „Charlotte-Ventil“ getauft und im 3D-Druck produziert.



Abbildung 14: Die Maske von Isinnova

Der Test des Prototyps im Chiara-Krankenhaus verlief sehr zufriedenstellend.

Auf der Webseite von Isinnova steht: "Wir bekräftigen, dass unsere Idee für Gesundheitseinrichtungen bestimmt ist und dazu beitragen kann, eine Notfallmaske für den Fall zu schaffen, dass sich die Suche nach offiziellen Gesundheitsprodukten, die normalerweise verwendet werden, als äußerst schwierig gestaltet. Weder die Maske noch die Ventilarmatur sind zertifiziert und ihre Verwendung bleibt zwingender Notwendigkeit vorbehalten. Die Verwendung dieses nicht zertifizierten biomedizinischen Gerätes am Patienten setzt dessen vorherige Einverständniserklärung voraus.

Angesichts der Bedeutung des Projekts haben wir beschlossen, das Anschlussventil (Patent Nr. 10202000006334) dringend zu patentieren, um Spekulationen über den Preis des Bauteils zu vermeiden. Wir stellen klar, dass das Patent weiterhin kostenlos verwendet werden kann, da wir beabsichtigen, dass das Produkt für alle Krankenhäuser in Not zugänglich ist.

Wir haben uns entschlossen, die Datei für die Realisierung der Anpassung im 3D-Druck frei zu teilen.

Im Gegensatz zum Beatmungsventil ist die Montage einfach, Gesundheitseinrichtungen können die De-cathlon-Maske (hier der [Link](#)) erwerben und mit 3D-Druckern die Produktion des Teils vereinbaren. Wir stellen klar, dass unsere Initiative völlig gemeinnützig ist und wir keine Rechte an der Idee der Anpassung oder am Verkauf von Zehnkampfmasken wahrnehmen.“

Das ist nur ein Beispiel der zahlreichen Projekte, die in den letzten Wochen in Italien entstanden sind.

Alessio Bigini, CEO des Start-Ups [Maker House Medical](#), welches auf 3D-Drucktechnologie für die Medizin, Rekonstruktion und surgical Planing spezialisiert ist, hat angesichts der COVID-Krise und des Mangels an PSA seine Produktion umgestellt.

Das Start-Up stellte 3D-gedruckte Masken, die hitzeformbar und hautschonend sind, her – auch dies ist eine pragmatische Notlösung, welche jedoch die FFP2/FFP3 zertifizierten Masken nicht ersetzen kann. Sie stellt jedoch eine valide Alternative für alle Personen dar, die nicht im Krankenhaus oder im Gesundheitswesen arbeiten, aber dennoch Schutz benötigen.

[HIER](#) finden Sie weitere Informationen zum Projekt.

Ein anderes Beispiel von Kreativität und Open Source Ideen kommt direkt von einem Studenten des [Istituto Europeo di Design – IED](#). Federico Pilloni hat nach dem Abschluss des Product Design-Kurses beim IED in Cagliari ein Open-Source-Projekt in sozialen Medien gestartet.

Das Projekt seiner Schutzmaske wurde auf Social Media geteilt, um Produzenten und Innovatoren zu finden, die das Projekt verbessern und Beiträge dazu liefern können.

Die Maske ist 3D-druckbar und kann problemlos an jede Art von Gesicht angepasst werden. Entwickelt für ungiftige Materialien, ist waschbar. Es ist kein Medizinprodukt und ersetzt keine zertifizierten Masken.

Federico Pilloni ruft alle Besitzer, Hersteller und Designer von 3D-Druckern dazu auf, sein Projekt weiter zu entwickeln und es zu einer für jede zugänglichen Alternative für Notfälle zu machen.

Nicht nur junge Designer, sondern auch Big Player der Kreativszene engagieren sich im Kampf gegen den Corona-Virus und lassen dabei ihren hohen Designanspruch nicht vermissen:

[Massimo Iosa Ghini](#) ist ein international bekannter Architekt und Designer, dessen Studio sich als Antwort auf die Krise engagiert hat, um an einer Schutzmaske für das Gesundheitspersonal (und nicht nur) zu arbeiten.

Der Prototyp wurde im März veröffentlicht, verbunden mit einer Einladung an Experten für Luftfilter und Filtermaterialien, für die Quantifizierung und das Management von Atemwegen sowie an Zertifizierungsstellen für Gesundheitsschutzprodukte, dieses Produkt zu validieren, zu verbessern und zu produzieren.

[HIER](#) finden Sie das Call to action.

Diese sind nur einige Projekte für die Realisierung neuer Schutzmasken, die im März und April entstanden sind. Klicken Sie [HIER](#) um die ganze Community von Innovatoren und Maker zu sehen!

Am 27.03.2020 trafen Krankenpfleger-Roboter im Krankenhaus in Circolo di Varese ein, die von einem lokalen Unternehmen kostenlos angeboten wurden, um die Herz- und Atemrate, sowie den Blutdruck der Patienten zu überwachen. Dank hochauflösender Kameras auf dem Kopf können Ärzte und Krankenpfleger aus der Ferne und in Echtzeit mit Patienten kommunizieren.

Die Idee kam Giovanni Poggialini zusammen mit dem Start-Up [Omitech](#). Das Unternehmen begann vor fünf Jahren seinen Weg des Experimentierens und Forschens in der Robotik, dem sie die Bezeichnung Vivaldi gaben.

Vivaldi ist in der Tat eine künstliche Intelligenz, die das Verhalten von Robotern gegenüber Menschen und der Umwelt kontrolliert und anpasst.

Der Erfolg dieser Initiative gründet auch auf einem Call to Action des Ministeriums für wirtschaftliche Entwicklung MISE. [HIER](#) finden Sie weitere Informationen.

15.2 Das große Herz der italienischen Modewelt

Modeproduktionen in den Beschränkungen der COVID-19 Zeiten hören zwar auf, aber die Branche gibt niemals auf, ganz im Gegenteil: die italienische Mode bleibt mit an der Spitze im Kampfes gegen die Pandemie.

Die meisten Events und Fashion Shows musste abgesagt werden, aber unter den Protagonisten der italienischen Modeszene ist ein wahrer Solidaritätswettkampf entbrannt, welcher zu Spendenrekorden für Forscher und Krankenhäuser führte.

Der berühmte Modefachverband Camera Nazionale della Moda Italiana hat ein großartiges Solidaritätsprojekt [„Italia, We are with you <3“](#) ins Leben gerufen, welches dank des außerordentlichen Beitrags ihrer Mitglieder bereits EUR 3 Mio. Euro für die Folgen der COVID-19 Krise gesammelt hat.

Um den wachsenden Bedürfnissen des italienischen Gesundheitssystems nachzukommen, werden Atemgeräte und andere medizinische Materialien wie chirurgische Masken, Reagenzien und Schutzbekleidungen für Krankenhäuser gekauft; etwa für das neue Krankenhaus in Fiera Milano, welches am 27. März eröffnet wurde.

„Mit dem Projekt Italia, we are with you <3 zeigen die Mitglieder der [Camera Nazionale della Moda Italiana](#) und alle Unternehmen der Modebranche ihr Herz und ihre Verbundenheit mit unserem Land. Unsere Mitglieder haben viele und sehr großzügige Einzelinitiativen ins Leben gerufen, die Produktionsbereiche ihrer Unternehmen auf Masken und medizinische Kleidung umgestellt. Sie haben gezeigt, dass sie ein System schaffen können, indem sie sich entschlossen an eine gemeinsame Initiative halten. Dank der Stärke dieser Gewerkschaft, haben wir geschafft, Materialien zu finden, die viele Menschen retten können“ sagt Carlo Capasa, Präsident Camera della Moda.

Unter den verschiedenen Initiativen wird diejenige von [Giorgio Armani](#) an erster Stelle erwähnt.

Der große Designer hat beschlossen, nach einer Spende von über EUR 2 Mio. an die Krankenhäuser Luigi Sacco, San Raffaele in Mailand und Istituto dei Tumori Lazzaro Spallanzani in Rom, auch für die Spitäler in Bergamo, Piacenza, Versilia und für die Aktivitäten der Protezione Civile einen Beitrag zu leisten. Seine italienischen Produktionsstätten wurden ab Mitte März auf die Herstellung von Einwegkleidern zum individuellen Schutz von Gesundheitspersonal umgestellt.

„Re Giorgio“, König Giorgio, wie er unter den Fachexperten der Modeszene genannt wird, finanzierte auch ein einseitiges Inserat in allen wichtigen italienischen Zeitungen, um dem Gesundheitspersonal Italiens mit einem persönlichen [Brief](#) zu danken.

Bereits während der Milan Fashion Week im Februar hatte sich Giorgio Armani entschieden, seine Show im Streaming zu übertragen, um Menschenansammlungen zu vermeiden.

Ein starkes persönliches und wirtschaftliches Engagement zeigen auch Marco Bizzarri, Präsident und CEO von Gucci, sowie sein Kreativdirektor Alessandro Michele, die neben einer Spende von EUR 2 Mio. und der Entscheidung, eine Mio. Masken und 55.000 Overalls herzustellen, eine Crowdfunding-Initiative ins Leben gerufen haben. Mit der Kampagne „We Are All in This Together“ laden sie ihre Followers ein, sich über die Spenden-Funktion in der Story ihres Instagram Account www.instagram.com/Gucci zu engagieren.

Tomaso Trussardi, Präsident der Marke **Trussardi**, leistete seinen Beitrag durch die Spendenaktion **#ConBergamo**. Der Erlös ergeht vollständig an **Cesvi**, einer gemeinnützigen Organisation mit Sitz in Bergamo, um den Kauf von Atemschutzgeräten und Beatmungsgeräten für das Papa Giovanni XXIII-Krankenhaus der Stadt zu unterstützen.

Mario und Enrico Moretti Polegato, die Präsidenten von **Geox Spa** und **Diadora**, spendeten der Region Venetien EUR 1 Mio.

Die Familie Zegna bekennt sich zu einer klaren Verantwortlichkeit: „Wir bei Zegna glauben, dass unser heutiges Handeln unsere Zukunft bestimmt. Die Pandemie, mit der wir konfrontiert sind, ist ein Aufruf an alle, tätig zu werden. Jeder von uns muss seinen Teil dazu beitragen, diesem globalen Notfall entgegenzuwirken“, sagt Gildo Zegna, CEO von **Ermenegildo Zegna**. Die Familie Zegna und sein Top-Management spendete EUR 3 Mio. für den italienischen Zivilschutz, um Krankenpfleger, Ärzte, Forscher und Freiwillige aus ganz Italien zu unterstützen, die seit Wochen unermüdlich im Kampf gegen die Epidemie im Einsatz stehen.

Zegna hat einen Teil seiner Produktion in Italien und in der Schweiz auf die Herstellung von medizinischen Masken und Einwegkleidern zum Schutz von Ärzten umgestellt. Die Gruppe beteiligte sich auch mit einer direkten Spende am Kauf von Beatmungsgeräten und medizinischen Masken für einige Krankenhäuser.

Klicken Sie **HIER** um die weitere Initiative der Modeindustrie zu entdecken!

Besonders beeindruckend ist das Engagement von den KMUs des Sektors. Das ganze **Carpi District**, in dem über 780 KMUs der Modebranche tätig sind, hat seine ganze Produktion auf die Maskenproduktion für das Gesundheitswesen umgestellt.

Auch die Firmen in der Region Piemont kämpfen aktiv gegen die Krise des Virus: die Textilfirma **Miroglio** in Alba hat bereits angefangen, 100 Masken pro Tag herzustellen.

Die Fa. DiaStar Group in Grugliasco, in der Nähe von Turin, die auf Diamantbohrer für den Dentalsektor spezialisiert ist, stellte in der Vergangenheit zahnärztliche Bekleidung her, bei der ein antibakterielles, wasserabweisendes, wasserdichtes, ionisierendes, thermoregulierendes Gewebe verwendet wurde, das bei 40 ° abwaschbar und autoklavierbar war.

„Wir haben beschlossen, diese Kleidung zu zerlegen und zu versuchen, Masken herzustellen, die mit einer speziellen inneren Membran aus Silberpartikeln ausgestattet sind, die eine starke biozide Wirkung ermöglicht. Im Vergleich zu denen, die man in der Umgebung sieht, sind sie viel effektiver“ erklärt Paolo Panebianco, Direktor der Gruppe.

15.3 Die Automotive Industrie gegen COVID-19

Trotz der Krise des automotiven Sektors, die durch den Produktionsstopp weiter verstärkt wurde (-85% Einbruch der Autoverkäufe im März 2020) engagieren sich die Top-Firmen im Kampf gegen COVID-19.

Die großen Namen des italienischen Motorsports mobilisieren sich, um die Produktion von Atemschutzmasken zu unterstützen: **Ferrari**, **FCA** und **Magneti Marelli** stehen in Kontakt mit **Siare Engineering International** aus Bologna, einem auf die Herstellung von Lüftungsmaschinen spezialisierten Unternehmen, um gemeinsam die Verfügbarkeit zu erhöhen. Die Zusammenarbeit kann auf zwei Arten erfolgen: entweder mit Unterstützung von Siare am Produktionsstandort oder durch Umbau eines Teils der Ferrari-Werke wie Maranello. Das Ziel ist es, bis zu 300 Atemgeräte in der Woche herzustellen.

Die Familie Agnelli spendete EUR 10 Mio. für den italienischen Zivilschutz. Ferrari und **CNH Industrial** kauften 150 Atemgeräte und Masken aus China und ließen sie nach Italien liefern. Der Autovermieter **Leasys** stellte dem italienischen Roten Kreuz eine Fahrzeugflotte zur Verfügung und bot dem Zivilschutz

ein eigenes Einkaufsnetzwerk inkl. Beratungsdienst an, um medizinische Versorgung und Ausrüstung im Ausland zu kaufen und schnell nach Italien zu bringen.

15.4 Social-Media-Kanäle in erster Linie

In diesen schwierigen Zeiten spielen Social-Media-Kanäle eine wesentliche Rolle im Kampf gegen COVID-19.

Neben den traditionellen Funktionen, d.h. Informationen zu teilen und Kontakt mit anderen zu haben, wurden zahlreiche Initiativen ins Leben gerufen.

Die Plattform [covid19italia](#) hat das Ziel vor, verschiedene Arten von Meldungen zu überprüfen, zu angliedern und zu kennzeichnen, um Hilfeanfragen und Angebote für Waren und Dienstleistungen zusammenzuführen. Solidarität-, kulturelle und direkte Initiativen zur Förderung und Umsetzung von Telearbeit und Fernunterricht werden ebenfalls gesammelt und veröffentlicht.

Die internationale [Open-Source Gruppe auf Facebook](#) bietet Makers und Innovatoren die Möglichkeit sich täglich mit aktuellen Themen und Initiativen auseinander zu setzen.

Die Region Lombardei zusammen mit der regionalen Holding Aria Spa, hat eine App entwickelt, um Informationen über den Grad der Ansteckung der Bevölkerung zu sammeln.

[AllertaLOM](#), die in Zusammenarbeit mit dem Spezialisten für Infektionskrankheiten Raffaele Bruno und dem Virologen Fausto Baldanti vom Policlinico San Matteo und der Universität Pavia erstellt wurde, bietet einen Fragebogen zu Merkmalen (Alter, Gesundheitszustand usw.) und Gewohnheiten während des Lockdown (Fahrt ins Büro oder Smart-Working?), Symptome (Geschmacks- und / oder Geruchsverlust usw.).

Die Daten werden anonym gesammelt: Die Position des Benutzers wird aus der Postleitzahl abgeleitet und die Antworten sind in keiner Weise mit persönlichen Daten oder Telefonnummern verbunden. Die Bürger erhalten aufgrund der von ihnen eingegebenen Informationen keine Hinweise oder Antworten, tragen jedoch zur Klärung der Verbreitung von Covid-19 bei.

Auf der Basis der lombardischen Erfindung, hat auch in Sizilien hat die Region eine eigene App mit dem Namen „[Sicilia Si Cura](#)“ realisiert.

Die Regierung Italien hat eine nationale App für die Phase 2 nominiert: die App IMMUNI soll zum Kampf gegen das COVID-19 Virus beitragen.

Sie besteht aus zwei Teilen, von denen einer der eigentlichen Kontaktverfolgung (über Bluetooth) gewidmet ist und der andere eine Art "klinisches Tagebuch" enthält, wo Benutzer Daten über ihren Gesundheitszustand, z.B. Symptomen, die mit dem Virus kompatibel sind, notieren kann. [HIER](#) bzw. [HIER](#) sind weitere Informationen.

Die Datenerfassung mit der App Immuni ist in der Öffentlichkeit und im italienischen Parlament vieldiskutiert, die App soll erst Ende Mai kostenlos und nicht verpflichtend herunterzuladen sein.

15.5 Virtual Culture

Ein Lockdown kann niemals für die Kultur gelten: "In diesem schwierigen Moment ist der Beitrag der Kultur unabdingbar und unverzichtbar, um auch bei körperlicher Distanz zusammen zu bleiben. Dieses Land hat in seiner Geschichte dramatische Zeiten erlebt. Wir sind immer aufgestanden, weil zu unseren Stärken Kreativität und außergewöhnliche Solidarität zählen." - erklärt Antonio Calabrò, Präsident von [Museimpresa](#).

Zur Gruppe Museimpresa zählen verschiedenste Museumsbetreiber, alle erhielten durch die Initiative die Möglichkeit, ihre kulturellen Schätze einem Publikum „auf den Sofas“ virtuell vorzustellen.

Auch **Touring Club** Italien stellt seine Archive erstmals online zur Verfügung: Fotos, alte Karten, neue Karten und Postkarten des letzten Jahrhunderts, äußerst seltene Fotos aus einer anderen Zeit und einem anderen Italien.

Designliebhaber sind auch im virtuellen **Kartell-Museums** bestens aufgehoben, das auf verschiedenen Stockwerke all die bekannte Möbelstücke präsentiert, die in die moderne Stilgeschichte eingegangen sind.

Motorenenthusiasten hingegen können das **Ducati-Museum** virtuell besuchen: Dank des 360-Grad-Seherlebnisses scheint es, als ob man tatsächlich auf der Rennbahn wäre und jedes Modell eingehend bewundern kann, ohne sich vom Sessel zu bewegen.

Wer auf das Ritual eines Aperitifs oder eines Drinks mit Freunden verzichten muss, kann sich bei einem virtuellen Rundgang durch **Casa Martini** oder die **Peroni-Brauerei** trösten. **Menabrea** bietet auf seiner Website eine Zeitreise in die Welt des Bierbrauens an, mit Werkzeugen der alten Küfer aus dem 19. Jahrhundert, glänzenden Illustrationen und Fotografien.

Das historische Archiv von **Barilla** umfasst 35.000 katalogisierte Dokumenten, darunter 150 Poster und 2.700 Werbefilme. Es ist ein echtes Museum mit einem Querschnitt über „Made in Italy“ zwischen denkwürdigen Orten und in einer sich verändernden Gesellschaft.

Ähnliche Initiativen wurden von **Eni**, **Pirelli**, der **Fondazione Fiera Milano** und der **Fondazione Mansutti** mit ihren sechstausend Manuskripten, Bänden und Büchern zur Versicherungsgeschichte ins Leben gerufen.

Für Filmfans ist das Angebot der **Cineteca Ambrosiana** in Mailand, die Filme kostenlos online gestellt hat, von besonderem Interesse.

Auch die Musik überwindet Grenzen: viele Sänger und Musiker, denen live Auftritte aufgrund von Corona verwehrt sind, zeigen ihre Kunst auf dem Web, begeistern damit ihre Fans und sprechen ein neues Publikum an. Keine Pandemie scheint die Musik stoppen zu können, dies zeigen die Künstler über den Hashtag **#iosuonodacasa** (Ich spiele von Zuhause).

Online-Streaming, Sonderpublikationen, gesellschaftliche Veranstaltungen, Live-Konzerte zur Begleitung von Quarantänedagen, aber auch zur Förderung von Solidaritätsinitiativen im Kampf gegen Coronavirus – eine Fülle an kreativen Ideen wurden und werden in Italien umgesetzt.

HIER finden Sie die ganze Liste der Initiative aus der Kulturwelt.

15.6 COVID-19: Beitrag der Architekturwelt für die intensive Pflege

Welche Antworten können Architekten auf die dringenden Fragen geben, die durch die Überlastung der Krankenhäuser vor allem in Norditalien aufgeworfen werden?

Hier kommt ein Geistesblitz zur Hilfe: Die italienischen Architekten **Carlo Ratti** und **Italo Rota** haben eine intensive Pflegeeinheit im Container entwickelt, um die Krankenhäuser zu unterstützen.

Es handelt sich um verknüpfte Einheiten namens CARE Intensivstationen (ICUs), die entwickelt wurden, um die Kapazitäten der Krankenhäuser im Kampf gegen Coronavirus zu erhöhen. Der erste Prototyp wurde in einem Krankenhaus in Mailand gebaut, einer der italienischen Städte mit der höchsten Anzahl an Covid-19-Coronavirus-Fällen.

„Das Ziel ist, diese CARE Stationen rasch in Städten auf der ganzen Welt zu implementieren, um schnell auf den Mangel an Intensivbetten in Krankenhäusern und die Ausbreitung der Krankheit zu reagieren“, erklärte das CARE-Team. „Die Einheiten könnten dank Biocontainment mit Unterdruck so schnell aufgebaut werden wie ein Krankenzelt, sind aber gleichzeitig so sicher wie eine Isolationsabteilung“, sagte die beiden Architekten.

HIER finden Sie ein Video und **HIER** weitere Informationen zum Projekt.

15.7 Politecnico di Milano zusammen mit den Firmen gegen COVID-19

Masken, Gele, Bekleidung – im März und April 2020 haben viele Firmen in ganz Italien Geräte und Materialien hergestellt und verpackt, damit die Bevölkerung und das Gesundheitssystem im Kampf gegen das Virus bestmöglich gerüstet sind. Viele Unternehmen haben sich auf die Entwicklung neuer, wirksamer Materialien spezialisiert, ein Ergebnis sorgfältiger Recherchen und Tests auf allen Ebenen. Diese neuen Produkte werden dank einer Kooperation der Region Lombardei mit dem Politecnico di Milano zertifiziert.

Mehrere Abteilungen des PoliMi sind unter der Aufsicht von Prof. Mariapia Pedefferri, Direktorin der Abteilung für Chemie, Material- und Chemieingenieurwesen und Prof. Giuseppe Sala, Direktor des Department of Aerospace Sciences and Technologies, mit diesen Zertifizierungsaufgaben befasst. In ihren Labors arbeitet eine Task Force mit 60 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern auf Hochtouren, um alles sorgfältig zu testen, was Italienische (aber auch nicht-italienische) Unternehmen als nützlich erachten, um dieser Krise erfolgreich zu begegnen.

Ein besonderes Projekt, auch auf der **Webseite** der Region Lombardei veröffentlicht, heißt PoliMask.

Firmen schicken ihr Material samt nähere Angabe zur Maske direkt an das PoliMi, welches die Richtlinien und Parameter für die Produktion erarbeitet. Ende März sind fast 2.000 Proben eingetroffen, 500 haben die Tests bestanden, aber insgesamt wurden nur 10 als wirklich geeignet qualifiziert. "Das Ziel ist es, 6 Mio. Masken pro Tag auf den Markt zu bringen, um den Bedürfnissen der Lombardei zu entsprechen" sagt Sala.

16. CHANCEN FÜR ÖSTERREICHISCHE UNTERNEHMEN

Mit einem Handelsvolumen von Waren und Dienstleistungen von knapp 26 Mrd. Euro im Jahr 2019 ist Italien der zweitwichtigste Wirtschaftspartner Österreichs. Die Top 3 – Position bei Österreichs Warenexporten - nach Deutschland und den USA - konnte Italien in den letzten Jahren erfolgreich behaupten.

Nach einem Anstieg im ersten Halbjahr 2019 bremste sich die Dynamik im Jahresverlauf deutlich ein. Im Gesamtjahr stagnierten die österreichischen Warenlieferungen mit 9,8 Mrd. Euro (0,0 %) auf dem Niveau von 2018. Die 10 Mrd. Euro Schwelle, im Sommer noch in greifbarer Nähe, konnte damit knapp nicht erreicht werden. Die Warenlieferungen aus Italien verzeichneten dagegen einen soliden Anstieg um 4,3 % auf 10,4 Mrd. Euro.

Ausführliche Informationen über die Wirtschaftslage und die wirtschaftliche Entwicklung finden Sie in unserem [AUSSENWIRTSCHAFT Wirtschaftsbericht aus Italien](#).

Der italienische Markt ist groß und vielfältig. Zahlreiche österreichische Unternehmen pflegen langjährige, enge Geschäftsverbindungen mit dem 61 Mio-Einwohnern zählenden südlichen Nachbarstaat. Die bilateralen Wirtschafts- und Handelsbeziehungen konzentrieren sich auf die nördlichen Regionen, die nicht nur naheliegend sind, sondern auch das wirtschaftliche Powerhouse Italiens ausmachen. Insbesondere zu Südtirol, dem klassischen „Eintrittstor“ in den italienischen Markt sowie zur Lombardei, einer der stärksten Wirtschaftsregionen Europas, bietet das AußenwirtschaftsCenter Mailand nähere Informationen in seinen Regional-Wirtschaftsberichten:

- [Lombardei](#)
- [Südtirol](#)

Wer am internationalen Parkett der Kreativszene bestehen will kommt kaum an Italien vorbei, dies gilt auch für österreichische Unternehmen und Kreative. Italien fungiert dabei nicht nur als Absatzmarkt - oder als langjährig erfolgreicher Partner zur Beschaffung einzigartiger kreativer Produkte. Besonders für Kooperationen lohnt der Markt eine nähere Betrachtung, sei es mit Designern, produzierenden Unternehmen oder namhaften Forschungseinrichtungen.

Mit 29.000 Unternehmen und einem Umsatz von 4,9 Mrd. Euro liegt Italiens **Design- und Möbelbranche** europaweit auf Platz Eins. Ihre innovativen Angebote basieren auf einer erfolgreichen Tradition der Zusammenarbeit zwischen Designern und Produzenten und sind weltweit gefragt. „Made in Italy“ hat sich als Qualitätsmarke etabliert, die für höchste Designansprüche und kreative Lösungen steht. Venetien, Lombardei und Emilia-Romagna sind die bekanntesten Produktionsstandorte für Möbel, darunter Tische und Küchen. Firmen wie [Natuzzi](#), [Molteni](#), [Scavolini](#) und [Lube](#) zeigten in den letzten Jahren besondere Innovationskraft und sind als Top-Firmen in der internationalen Rangliste positioniert.

Die Region Lombardei, Innovation Hub des „Bel Paese“, und ihre Hauptstadt Mailand stehen anlässlich der wichtigsten internationalen Möbelfachmesse „[Salone del Mobile](#)“ und der parallel stattfindenden [Design Week „Fuorisalone“](#) im weltweiten Fokus. Mailand fungiert dabei als kreatives Schaufenster, in dem die internationale Designszene die neuesten Trends präsentiert.

Österreichische Unternehmen und Designer bietet sich die Möglichkeit, an diesem Anlass mit Erfindergeist, handwerklicher Präzision und technologischen Vorsprung zu punkten.

Besondere Kooperationsmöglichkeiten ergeben sich mit [IED](#) und [Politecnico di Milano](#). Weitere Informationen finden Sie [HIER](#) bzw. [HIER](#).

Potentielle Chancen für österreichische Firmen ergeben sich auch bei der **Lieferung von Materialien**: vom Holz bis zu den innovativsten Materialien, italienische Produzenten pflegen Geschäftsbeziehungen zu österreichischen Lieferanten und schätzen deren Verlässlichkeit und Produktqualität.

Österreich kann auch eine wichtige Rolle beim Austausch von Know-How und Technologien, die zur Digitalisierung der Industrie beitragen können, spielen; etwa im Bereich Smart Home, Smart-Bau und Hi-Design.

Der Besuch von Fachmessen ist nach wie vor eine ausgezeichnete Gelegenheit, sich einen aktuellen Marktüberblick zu verschaffen und mit potentiellen Geschäftspartnern in Verbindung zu treten. Das AußenwirtschaftsCenter Mailand unterstützt und begleitet Sie gerne vor Ort.

Geeignete Vertriebskanäle

Direkter Erstkontakt

Grundsätzlich werden Geschäftsbeziehungen in Italien gerne über persönliche Empfehlungen aufgebaut, in direkten Treffen bei Fachevents oder am Firmensitz, aber auch über digitale Kanäle. Ein Großteil der österreichischen Firmen gibt an, eher durch Zufall als mittels strategischer Suche ihren Partner gefunden zu haben. Beim Erstkontakt, der z.B. über Email hergestellt wird, empfiehlt sich jedenfalls eine kurze Firmen- und Produktpräsentation am besten in italienischer Sprache. Das AußenwirtschaftsCenter Mailand unterstützt österreichische Unternehmen bei der Recherche von und Kontaktaufnahme mit potentiellen Geschäftspartnern. Dazu zählt u.a. auch das Service einer Firmenauskunft oder (kostenpflichtigen) Bonitätsauskunft.

Handelsvertreter

Der italienische Markt lässt sich je nach Produkt für ausländische Firmen am besten mit einem Vertreter bearbeiten, der den Import durchführt und die entsprechenden Kundenkontakte pflegt. Ein erfahrener Vertreter kennt den Markt und die Bedürfnisse der italienischen Kunden und kann sprachliche und kulturelle Hindernisse einfacher überwinden. Für die österreichische Firma gilt es dabei, verschiedene rechtliche Besonderheiten zu berücksichtigen, die im **Fachreport Italienischen Handelsvertreter Recht** des AußenwirtschaftsCenters Mailand im Detail angeführt sind.

Das AußenwirtschaftsCenter Mailand organisiert mehrmals jährlich Handelsvertretermeetings in Italien, insbesondere in Norditalien. Österreichische Unternehmen treffen dabei potenzielle italienische Handelsvertreter und erhalten gleichzeitig Einblick in die wichtigsten Aspekte des italienischen Handelsvertreterrechtes, kompakt und aus der Praxis zusammengestellt. Die Experten stehen ganztätig für individuelle Beratungen zur Verfügung, jede österreichische Firma profitiert von einem eigenen B2B-Corner. Kontaktieren Sie das AußenwirtschaftsCenter Mailand für weitere Informationen über bevorstehende Handelsvertretermeetings.

Niederlassungen

Ein signifikanter Erfolgsfaktor, um in Italien Geschäfte zu machen, ist die Marktnähe. Unternehmen, die in Italien über eine eigene Vertriebsniederlassung und eigene Vertreter verfügen, sind grundsätzlich besser positioniert als jene, die von Österreich aus Zugang zum italienischen Markt suchen. Erwiesenermaßen wächst die Effizienz der Vertriebsform proportional zur Marktnähe. Darüber hinaus ist die Verfügbarkeit von italienisch sprechendem Personal, das den zu bearbeitenden Markt kennt, für eine gezielte und erfolgreiche Markterschließung bzw. –bearbeitung von großer Bedeutung.

In unseren Fachprofilen „[Firmengründung & Steuern](#)“ und „[MwSt.-Registrierung in Italien](#)“ erhalten Sie umfassende Informationen rund um das Thema Firmengründung in Italien. Interessant dazu ist auch unser Webinar zur Firmengründung in Italien, siehe [Link](#).

Das AußenwirtschaftsCenter Mailand unterstützt Sie mit einem maßgeschneiderten Service, um die für Ihr Angebot bestmöglichen Vertriebswege zu analysieren und Sie mit potenziellen Geschäftspartnern inkl. Handelsvertretern zu vernetzen.

17. FACHMESSEN FÜR DIE KREATIVINDUSTRIE

- **FASHION und TEXTILIEN**

PITTI UOMO

Fashion und New Trends - Herren
Fortezza del Basso - FI
W <http://www.pittimmagine.com/>

PITTI BIMBO

Fashion und New Trends - Kinder
Fortezza del Basso - FI
W <http://www.pittimmagine.com/>

PITTI IMMAGINE FILATI

Knitting Yarn Industry
Fortezza del Basso - FI
W <http://www.pittimmagine.com/>

THE MICAM

Internationale Messe für Schuhwaren
Rho Fiera Milano
W <http://www.themicam.com/>

MIFUR

Fachmesse für Leder und Pelzwaren
FieraMilano
W http://www.mifur.com/index_eng.asp

PROPOSTE

Textilien für Einrichtung
Villa Erba - Como
W <http://www.propostefair.it/>

COMOCREA

Textile Design Show
Como
W <http://www.comocrea.com/>

CHIBIMART

International Fashion Accessoires and Bijoux Exhibition
Mailand
W <http://www.chibimart.it/>

WHITE

Tradeshow for women's collections and the leader

Mailand

W <http://www.whiteshow.it/>

MIDO

Eyewear Show
Mailand
W <http://www.mido.com/>

MIPEL

The Bagshow Internationale Messe der Lederwaren und Modeaccessoires
Rho Fiera Milano
W <http://mipel.com/>

LINEAPELLE

Internationale Fachmesse für Leder und Waren daraus
Rho Fiera Milano
W <http://www.lineapelle-fair.it/>

- **DESIGN und ARCHITEKTUR**

SALONE DEL MOBILE DI MILANO

Fachmesse für Einrichtung

RhoFiera Milano

W <http://www.salonemilano.it/>

FUORISALONE

Nebenveranstaltung des Salone del Mobile

Rund um die Stadt Mailand

W <https://fuorisalone.it/welcome/it/>

BIENNALE DI VENEZIA

Venedig

W <https://www.labiennale.org/it>

MCE – Mostra Convegno Expocomfort

W <https://www.mcexpocomfort.it/>

KLIMAHAUSE

W <http://www.fierabolzano.it/it/klimahouse/home>

CERSAIE

W <https://www.cersaie.it/>

VENICE DESIGN WEEK & VENICE GLASS WEEK

W <https://venicedesignweek.com/>

W <https://www.theveniceglassweek.com/it/>

- **GAMES und COMICS**

MILANO GAMES WEEK

W <https://www.milangamesweek.it/>

LUCCA COMICS

W <https://www.luccacomicsandgames.com/it/>

- **MUSIK und KUNST**

KAPPA FUTURFESTIVAL

W <https://www.kappafuturfestival.it/>

COLLISIONI

W <http://www.collisionsi.it/it/homepage>

AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA

AUSSENWIRTSCHAFTSCENTER MAILAND

Piazza del Duomo, 20

Mailand - ITALIEN

T +39 02 87 90 911

E mailand@wko.at

W wko.at/aussenwirtschaft/it

