

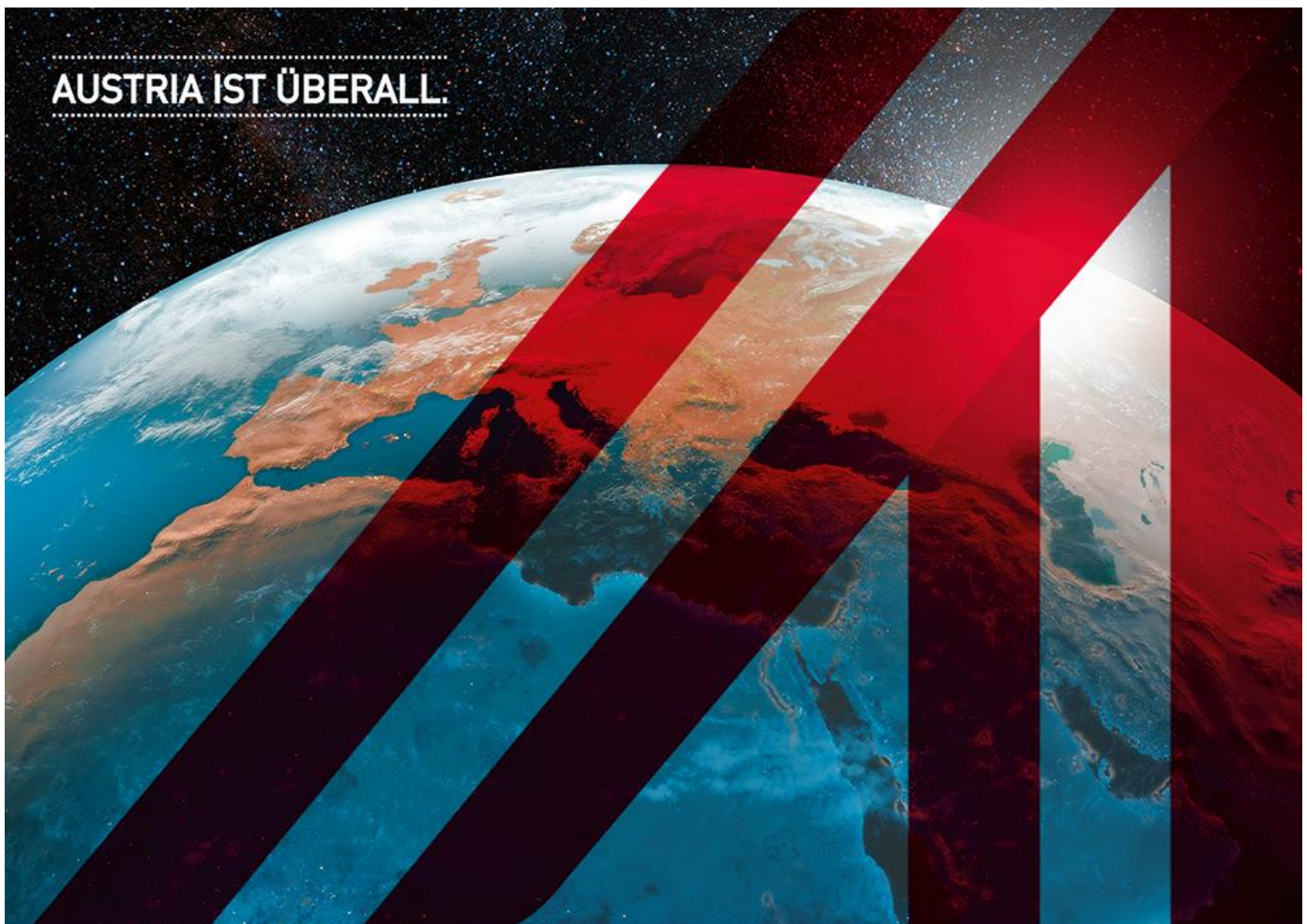
# AUSSEN WIRTSCHAFT BRANCHENREPORT ITALIEN

## CREATIVE UPGRADING: TRENDS & CHANCEN IN ITALIEN

BRANCHE UND MARKTSITUATION  
NACHHALTIGKEIT UND INNOVATION  
TRENDS UND ENTWICKLUNGEN  
GESETZLICHE UND SONSTIGE RAHMENBEDINGUNGEN  
CHANCEN FÜR ÖSTERREICHISCHE UNTERNEHMEN

AUSSENWIRTSCHAFTSCENTER MAILAND  
MÄRZ 2023

*go international*  
Bundesministerium  
Arbeit und Wirtschaft 



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

Eine Information des

**AußenwirtschaftCenters Mailand**

T +39 02 87 90 911

F +39 02 877 3189

E [mailand@wko.at](mailto:mailand@wko.at)

W [wko.at/aussenwirtschaft/it](https://wko.at/aussenwirtschaft/it)

 [fb.com/aussenwirtschaft](https://fb.com/aussenwirtschaft)

 [twitter.com/wko\\_aw](https://twitter.com/wko_aw)

 [linkedin.com/company/aussenwirtschaft-austria](https://linkedin.com/company/aussenwirtschaft-austria)

 [youtube.com/aussenwirtschaft](https://youtube.com/aussenwirtschaft)

 [flickr.com/aussenwirtschaftaustria](https://flickr.com/aussenwirtschaftaustria)

 [instagram.com/aussenwirtschaft\\_austria.at](https://instagram.com/aussenwirtschaft_austria.at)

Dieser Branchenreport wurde im Rahmen der Internationalisierungsoffensive **go-international**, einer gemeinsamen Initiative des Bundesministeriums für Arbeit und Wirtschaft 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](mailto:mailand@wko.at), W <https://wko.at/aussenwirtschaft/it>

Ein Service der AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA

## Inhalt

|     |  |    |
|-----|--|----|
| 1.  | EINBLICKE IN DIE ITALIENISCHE WIRTSCHAFTSLAGE –                                    | 5  |
| 2.  | EINBLICKE IN DIE CREATIVE INDUSTRY ITALIENS  | 8  |
| 3.  | BRANCHE UND MARKTSITUATION   | 10 |
| 4.  | MAILAND – DIE KREATIVWIRTSCHAFTSMETROPOLE ITALIENS                                 | 17 |
| 3.1 | Adresse und wichtige Kontakte  | 18 |
| 5.  | NACHHALTIGKEIT UND INNOVATION: HERZSTÜCK DER CREATIVE INDUSTRIES                   | 21 |
| 5.1 | Design: Nachhaltigkeit, Digitalisierung und Innovation                             | 21 |
| 5.2 | Mode und Textilien   | 23 |
| 5.3 | Circular Economy: Die Zukunft der Textilindustrie                                  | 24 |
| 5.4 | Green Architektur  | 24 |
| 5.5 | Veranstaltungen „not to miss“ & wichtige Kontakte                                  | 25 |
| 6.  | IED – ISTITUTO EUROPEO DI DESIGN   | 27 |
| 6.1 | Kooperationsabkommen Wirtschaftskammer Österreich WKÖ – Istituto Europeo di Design | 27 |
| 7.  | POLITECNICO DI MILANO – INGENIEURE UND MEHR  | 28 |
| 7.1 | Kooperationsabkommen PoliMi - WKÖ  | 30 |
| 8.  | KONKURRENZSITUATION  | 31 |
| 9.  | GESETZLICHE UND SONSTIGE RAHMENBEDINGUNGEN   | 32 |
| 10. | CHANCEN FÜR ÖSTERREICHISCHE UNTERNEHMEN  | 35 |
| 11. | FACHMESSEN und WICHTIGE TERMINE  | 38 |

## 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 oder vielleicht weniger Bekanntes aufzuzeigen und schließlich zu neuen Projekten und Kooperationen zu inspirieren. Die Inhalte und Analysen basieren auf dem Know-How des AußenwirtschaftsCenters 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.

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. EINBLICKE IN DIE ITALIENISCHE WIRTSCHAFTSLAGE –

|  | 2019         | 2020          | 2021            | 2022            |
|--|--------------|---------------|-----------------|-----------------|
| Nominales Bruttoinlandsprodukt in Mrd. Euro <sup>1</sup> | 1.796        | 1.657         | 1.775           | 1.874           |
| Bruttoinlandsprodukt/Kopf in Euro <sup>2</sup>           | 30.189       | 28.057        | 30.630          | 32.430          |
| Bevölkerung in Mio. <sup>3</sup>                         | 59,82        | 59,64         | 59,24           | 58,98           |
| Reales Wirtschaftswachstum in % <sup>4</sup>             | 0,2          | -8,9          | 6,6             | 2,9             |
| Inflationsrate in % <sup>5</sup>                         | 0,6          | -0,1          | 1,9             | 7,4             |
| Arbeitslosenrate in % <sup>6</sup>                       | 9,9          | 9,3           | 9,5             | 9,5             |
| Warenexporte des Landes in Mrd. Euro <sup>7</sup>        | 476 (+2,3 %) | 433 (-9,7 %)  | 643,6 (+18,2 %) | 626,12 (+19,9%) |
| Warenimporte des Landes in Mrd. Euro <sup>8</sup>        | 423 (-0,7 %) | 370 (-12,8 %) | 555,0 (+24,7 %) | 657,7 (+36,5%)  |

Wirtschaftsleistung des Landes, Weltwertung (2022):<sup>9</sup> Rang 8

<sup>1-2</sup> Quelle: EU-Kommission

<sup>3</sup> Quelle: Istat

<sup>4</sup> Quelle: OECD

<sup>5</sup> Quelle: Confindustria

<sup>6-8</sup> Quelle: Istat

<sup>9</sup> Quelle: Weltbank

<sup>10-13</sup> Quelle: Statistik Austria

<sup>14-17</sup> Quelle: Österreichische Nationalbank

Nach dem Rekordjahr 2021, mit einem BIP-Wachstum von 6,6%, läuft die Wirtschaft im „bel paese“ trotz der vielfältigen Herausforderungen besser als erwartet: das Jahr 2022 brachte ein ordentliches Wachstum von 3,9%, für 2023 wurde die Prognose der EU-Kommission soeben auf 0,8% angehoben.

Eine der großen Herausforderungen bleibt die hohe Inflation. Für das Gesamtjahr 2022 lag diese bei 8,7% im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Für das laufende Jahr wird mit einer leichten Abschwächung gerechnet (Prognose: 6,1%), erst 2024 soll sich die Situation aber auf ein normales Niveau bei ca. 2,6% einpendeln.

Laut italienischem Statistikamt sank die **Arbeitslosenquote** im Gesamtjahr 2022 weiter auf 7,8%, die Jugendarbeitslosigkeit liegt weiter auf hohem Niveau bei etwas über 24%. Insgesamt ist die Stimmung am Arbeitsmarkt positiv, viele Unternehmen stellen wieder qualifiziertes Personal ein bzw. macht sich in einigen Branchen bereits ein starker Arbeitskräftemangel bemerkbar.

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 Region Lombardei hält rund ein Viertel an den gesamten italienischen Exporten. Nach der deutlichen Erholung im Jahr 2021, zeigte sich 2022 eine Fortsetzung dieser Dynamik: **+19,9% bei Exporten** und gar **+36,5% bei Importen**; dieser starke Anstieg ist vor allem auf die stark gestiegenen Energie-Importe zurückzuführen, welche Italien für 2022 letztlich auch ein Außenhandelsdefizit von ca. 31. Mrd. Euro bescheren.

## 1.1 Wirtschaftsbeziehungen mit Österreich

|   | 2019 | 2020 | 2021 | 2022* | Veränderung<br>2021/ 2022 |
|---|------|------|------|-------|---------------------------|
| Österreichische Warenexporte in Mrd. Euro <sup>10</sup>           | 9,8  | 8,8  | 11,2 | 13,16 | (+17,4 %)                 |
| Österreichische Warenimporte in Mrd. Euro <sup>11</sup>           | 10,4 | 9,1  | 11,5 | 13,06 | (+12,8 %)                 |
| Österreichische Dienstleistungsexporte in Mrd. Euro <sup>12</sup> | 2,9  | 2,4  | 2,8  | k.A.  | k.A.                      |
| Österreichische Dienstleistungsimporte in Mrd. Euro <sup>13</sup> | 2,9  | 1,9  | 2,9  | k.A.  | k.A.                      |

\*\*vorläuf. Werte Gesamtjahr 2022

|   |                |
|---|----------------|
| Österreichische Direktinvestitionen <sup>14</sup> , Stand 2021:                     | EUR 5,032 Mrd. |
| Beschäftigte bei österr. Direktinvestitionen <sup>15</sup> : Stand 2020:            | 13.928         |
| Direktinvestitionen aus IT in Ö <sup>16</sup> , Stand 2021:                         | EUR 9,724 Mrd. |
| Beschäftigte in Österreich bei Direktinvestitionen aus IT <sup>17</sup> Stand 2020: | 15.988         |

Wichtigster Warenexportmarkt für Österreich: 2. Rang

<sup>1-2</sup> Quelle: EU-Kommission

<sup>3</sup> Quelle: Istat

<sup>4</sup> Quelle: OECD

<sup>5</sup> Quelle: Confindustria

<sup>6-8</sup> Quelle: Istat

<sup>9</sup> Quelle: Weltbank

<sup>10-13</sup> Quelle: Statistik Austria

<sup>14-17</sup> Quelle: Österreichische Nationalbank

Mit einem **Rekord-Handelsvolumen von über 26 Mrd. Euro** hat Italien im Jahr 2022 seinen Rang als Österreichs **zweitwichtigster Wirtschaftspartner** (Importe und Exporte) nach Deutschland behauptet.

Bei den Warenexporten hat Italien im Jahr 2021 die USA als zweitwichtigsten Exportmarkt überholt.

Zu den wichtigsten Exporten „Made in Austria“ zählen Holz und Waren daraus mit 1,76 Mrd. Euro (+12,7%), Eisen, Stahl und diverse Metalle mit 1,27 Mrd. Euro (+14,3%) sowie Maschinenbauerzeugnisse, Kessel und mechan. Geräte mit 1,2 Mrd. Euro (+14,7 %). Einen besonderen Anstieg verzeichnete die Kategorie Elektrische Energie und mineralische Brennstoffe mit einem Plus von 106% auf ca. 540 Mio. Euro.

Die stärksten Importgüter im Jahr 2022 sind Maschinenbauerzeugnisse, Kessel und mechan. Geräte mit 1,88 Mrd. Euro (+9,0 %), KFZ, Traktoren, Motor- und Fahrräder mit 1,31 Mrd. Euro (+10,5 %) sowie Eisen und Stahl um 1,17 Mrd. Euro (+15,6 %). Beliebt sind in Österreich auch Nahrungsmittel (und lebende Tiere, ohne Getränke) um 1,2 Mrd. Euro (+9,1 %). Die Kategorien Kleidung (390 Mio. Euro, +14,5 %) und Schuhe (210 Mio. Euro, +24,1 %) haben sich gegenüber dem Krisenjahr 2020 stark erholt.

Das bilaterale Handelsvolumen zwischen Österreich und Italien im Jahr 2022 zeigt eine traditionell ausgeglichene Bilanz; das österreichische Defizit aus 2021 hat sich in ein leichtes Plus von 100 Mio. Euro gedreht.

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.

Das Handelsvolumen Österreichs nur mit der Lombardei (7,5 Mrd. Euro) ist zudem so groß wie jenes mit der ganzen iberischen Halbinsel. Mit rd. 3,88 Mrd. Euro gehen ca. 30% aller österreichischen Exporte nach Italien in die Lombardei; das entspricht in etwa der Hälfte aller Exporte nach Frankreich.

Technologien im Bereich **Industrie 4.0/Digitalisierung** und **neue Materialien** sind in Italien stark nachgefragt und bieten Geschäftsmöglichkeiten für österreichische Exporteure. Investitionen im Tourismus-, Sport-, und Freizeitbereich – siehe Winterolympiade 2026 Cortina/Mailand - sind ebenfalls interessante Absatzmöglichkeiten für österreichische Zulieferer. Der Bereich **Infrastruktur** eröffnet wichtige Chancen, Umwelttechnologien und Angebote zur „**grünen Wende**“ stehen ebenfalls im Fokus. Bei der Modernisierung der öffentlichen Verwaltung und des Gesundheitswesens bieten sich interessante Möglichkeiten für österreichische **ICT**-Unternehmen in den Bereichen E-Government und E-Health. Daneben bleiben **Lebensmittel** „Made in Austria“ ein Dauerbrenner.

Der **Kreativsektor** ist ein Stärkefeld der italienischen Wirtschaft **mit einer Vielzahl an Kooperationschancen**.

Dank des guten Qualitätsimages und der stark differenzierten Waren- und Dienstleistungspalette, die Österreichs Unternehmen anbieten können, bestehen grundsätzlich in allen Waren- und Dienstleistungssegmenten positive Aussichten für heimische Unternehmen, den großen Nachbarmarkt Italien erfolgreich zu bearbeiten.

Interessieren Sie sich für nähere Informationen zu den wichtigsten Regionen Italiens? Das **AußenwirtschaftsCenter Mailand** bietet Regional-Wirtschaftsberichte zur Lombardei, Südtirol, Veneto, Piemont, Emilia Romagna und Friaul-Julisch Venetien.

## 2. EINBLICKE IN DIE CREATIVE INDUSTRY ITALIENS

Die Kultur- und Kreativindustrie Europas treibt den Wirtschaftsmotor an und 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.

Italiens Präsident Sergio Mattarella drückte es folgendermaßen aus: „Italien ist das Land der Schönheit, der Kunst und der Kultur schlechthin. Die Welt schaut zu Recht auf uns. Kultur ist nicht das Überflüssige: sie ist ein konstituierendes Element der italienischen Identität. Lassen Sie uns dafür sorgen, dass dieses Erbe des Einfallsreichtums und der Errungenschaften – die es zu bewahren und zu fördern gilt – noch mehr zu einer Ressource werden und ein wirtschaftlicher Entwicklungsfaktor“.

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** ist die älteste Universitätsstadt der Welt, 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** sowie die „**Moda**“,

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.

Bei der Zusammenarbeit zwischen Kreativen und Unternehmen, die seit Mitte der letzten Jahrhunderts stark forciert wird, pflegt Italien eine weltweit einzigartige Tradition. 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 und das Budget zwischen 2021 und 2027 auf EUR 2,8 Mrd. verdoppelt.

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. BRANCHE UND MARKTSITUATION

Italiens **Kreativwirtschaft** hat laut aktuellen Statistiken von **Symbola** im Jahr 2021 **fast 89 Mrd. EUR** erwirtschaftet, das entspricht 5,6% des BIPs. Sie beschäftigt 1,45 Millionen Kreative und Fachexperten, das sind 5,8% der gesamten Beschäftigungsanzahl Italiens. Der Sektor ist im Vergleich zu 2020 um +4,2% gewachsen. Dieses Wachstum ist eng mit dem technologischen Fortschritt verbunden, insbesondere der Digitalisierung und Themen der Nachhaltigkeit.

| Branche                        | Wertschöpfung (in Mio. EUR) | Beschäftigte   |
|--------------------------------|-----------------------------|----------------|
| <b>Creative Industries</b>     | <b>11.936,4</b>             | <b>258.900</b> |
| Architektur & Design           | 7.090,7                     | 147.900        |
| Kommunikation                  | 4.845,7                     | 111.000        |
| <b>Kulturindustrie</b>         | <b>29.756,9</b>             | <b>429.600</b> |
| Filmkunst, TV, Rundfunk, Musik | 5.226,7                     | 55.300         |
| Videogames & Software          | 13.988,4                    | 178.900        |
| Verlagswesen & Presse          | 10.541,8                    | 195.400        |
| Performing Arts                | <b>4.224,7</b>              | <b>91.200</b>  |
| Kunst & kulturelles Erbe       | <b>2.696,2</b>              | 51.100         |
| Creative Driven                | <b>39.970,2</b>             | <b>629.000</b> |

Tabelle 1: Daten zu Wertschöpfung und Beschäftigung – Quelle: **Unioncamere, Fondazione Symbola** 2022

Die COVID Pandemie wirkte sich unterschiedlich auf die einzelnen Sektoren der Kultur- und Kreativindustrie aus, vor allem aufgrund der zahlreichen restriktiven Maßnahmen zur Eindämmung der Pandemie, welche die Schließung von Produktionsstätten, sowie Theater und Kinos erzwangen.

Was die Wertschöpfung betrifft, war in den vergangenen zwei Jahren pandemiebedingt ein deutlicher Rückgang der Performing Arts (-21,9%) und der Kunst- und Kulturbranche (-11,8%) festzustellen. Im Verlagswesen und bei der Presse zeichnete sich ebenfalls ein Rückgang ab (-5,3%). Deutlich gewachsen ist dagegen der **Videogame und Software-Sektor** (+7,6 %), als Reaktion auf den gestiegenen Bedarf an Informationstechnologie.

Der Sektor der **Digitalisierung und Informatik (+7,0 %)** hat einen enormen Einfluss auf die Kreativwirtschaft, die eine Vielzahl von Branchen umfasst, darunter Musik, Film, Fernsehen, Videospiele, Werbung, Mode und Kunst.

Die Digitalisierung wird unter anderem durch die Erstellung und Verbreitung digitaler Inhalte genutzt. Dies kann die Produktion von digitaler Musik, Filmen, Fernsehprogrammen, Videospielen und E-Books umfassen. Verbraucher können dann über digitale Plattformen wie Spotify, Netflix, Amazon Prime Video und Kindle auf diese Inhalte zugreifen. Darüber hinaus hat die Digitalisierung die Schaffung neuer Formen digitaler Kunst ermöglicht, wie z. B. interaktive digitale Kunst, Virtual Reality und Augmented Reality, die den Verbrauchern neue künstlerische Erfahrungen bieten.

Schließlich hat die Digitalisierung neue Beschäftigungs- und Geschäftsmöglichkeiten im Bereich der Kreativwirtschaft eröffnet, beispielsweise die Gründung von Technologie-Start-ups, die sich auf die Produktion und Verbreitung digitaler Inhalte konzentrieren.

Eine wichtige Neuigkeit für den Sektor Mode: die Digitalisierung ermöglicht die Erfassung und Analyse von Verbraucherdaten, die zur Verbesserung der Inhaltserstellung und -verteilung sowie zum besseren Verständnis von Markttrends und -präferenzen verwendet werden können. Ein Beispiel dafür sind die ChatBot, wie **ChatGPT** von **OpenAI**, welche von vielen Unternehmen im Einzelhandel bereits verwendet wurde, um vorherzusagen, welche Produkte nach Typ/Stil und/oder geografischem Gebiet beliebt sein werden, und dann konsequente Entscheidungen für Produktion/Vertrieb und Preisgestaltung zu treffen und um Über- oder Unterbestände zu vermeiden.

|                        | Umsatz          |                               | Beschäftigte     |                               |
|------------------------|-----------------|-------------------------------|------------------|-------------------------------|
|                        | Mio. EUR        | Anteil an gesamt Italien in % | Werte in Tausend | Anteil an gesamt Italien in % |
| Piemont                | 7.952,5         | 9,0                           | 124,8            | 8,5                           |
| Aosta Tal              | 175,7           | 0,2                           | 3,1              | 0,2                           |
| Lombardei              | 23.758,6        | 26,8                          | 343,6            | 23,5                          |
| Trentino Südtirol      | 2.006,6         | 2,3                           | 32,3             | 2,2                           |
| Venetien               | 7.918,3         | 8,9                           | 136,9            | 9,4                           |
| Friaul- Venetien Julia | 1.847,8         | 2,1                           | 30,9             | 2,1                           |
| Ligurien               | 1.918,3         | 2,2                           | 32,6             | 2,2                           |
| Emilia Romagna         | 7.314,3         | 8,3                           | 123,3            | 8,4                           |
| Toskana                | 5.598,5         | 6,3                           | 101,2            | 6,1                           |
| Umbrien                | 971,6           | 1,1                           | 20,6             | 1,4                           |
| Marken                 | 2.004,6         | 2,3                           | 37,5             | 2,6                           |
| Latium                 | 13.447,5        | 15,2                          | 190,2            | 13,0                          |
| Abruzzen               | 1.201,9         | 1,4                           | 23,5             | 1,6                           |
| Molisen                | 221,0           | 0,2                           | 4,6              | 0,3                           |
| Kampanien              | 4.018,9         | 4,5                           | 82,1             | 5,6                           |
| Apulien                | 2.597,3         | 2,9                           | 56,4             | 3,9                           |
| Basilikata             | 410,4           | 0,5                           | 8,4              | 0,6                           |
| Kalabrien              | 988,3           | 1,1                           | 21,7             | 3,4                           |
| Sizilien               | 3.046,8         | 3,4                           | 61,9             | 4,2                           |
| Sardinien              | 1.185,4         | 1,3                           | 24,0             | 1,6                           |
| <b>ITALIEN</b>         | <b>88.584,4</b> | <b>100,00</b>                 | <b>1.459,8</b>   | <b>100,00</b>                 |

Tabelle 2: Daten zu Umsatz und Beschäftigung nach Regionen – Quelle: **Unioncamere**, **Fondazione Symbola** 2022

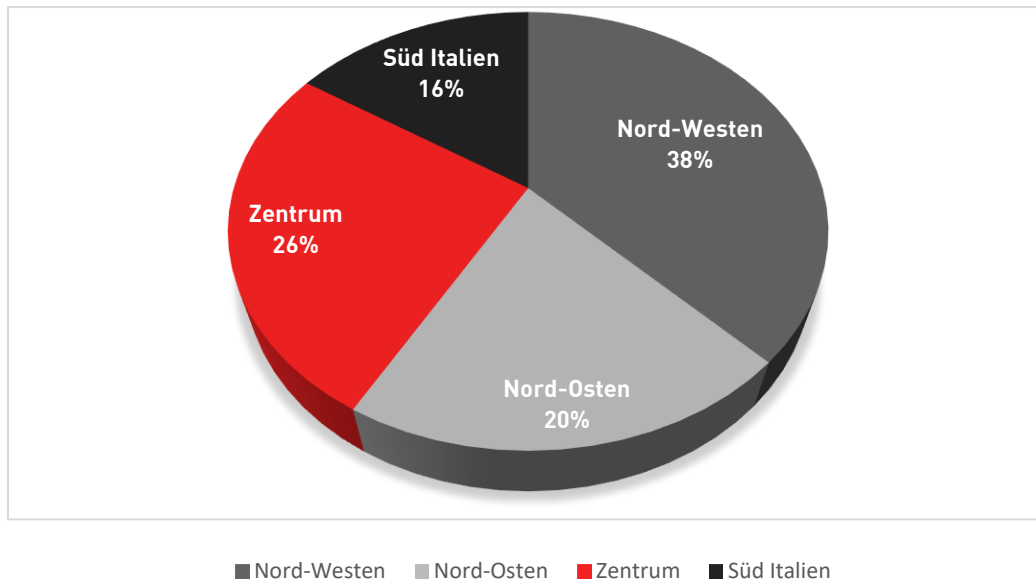


Abbildung 1: Kultur- und Kreativwirtschaft nach Regionen - Quelle: [Unioncamere](#), [Fondazione Symbola](#) 2022

Die Graphik zeigt in welchen Regionen die kreativen und kulturellen Unternehmen ihren Sitz haben. Die meistens Firmen (38%) sind in der Nord-Westen Regionen angesiedelt wie Piemont, Lombardei, 20% in den Nord-Osten Regionen wie Venetien, Friaul-Venetien Julia und Emilia Romagna. 26% im Zentrum des Bel Paese, d.h. Toskana, Latium und 16% im Süd-Italien wie Kampanien, Apulien und Sizilien. Die zwei Hauptsektoren, in denen italienische Unternehmen tätig sind, betreffen die sogenannten Core Activities, d.h. alle Aktivitäten, die eng mit Creative Industries verbunden sind wie Mode, Design, Möbel, Architektur usw. sowie die Creative Driven Bereiche, das sind Unternehmen, die nicht direkt im Kreativ- oder Kultursektor tätig sind, aber mit Kreativunternehmen zusammenarbeiten. 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.

|     | Provinz | Anteil an gesamt Italien in % |
|-----|---------|-------------------------------|
| 1.  | Mailand | 9,5                           |
| 2.  | Rom     | 8,5                           |
| 3.  | Turin   | 8,2                           |
| 4.  | Arezzo  | 7,8                           |
| 5.  | Triest  | 6,9                           |
| 6.  | Florenz | 6,7                           |
| 7.  | Bologna | 6,1                           |
| 8.  | Padova  | 6,0                           |
| 9.  | Siena   | 5,8                           |
| 10. | Pisa    | 5,6                           |
| 11. | Ancona  | 5,6                           |

|     |                 |     |
|-----|-----------------|-----|
| 12. | Venezia         | 5,6 |
| 13. | Monza-Brianza   | 5,6 |
| 14. | Verona          | 5,5 |
| 15. | Alessandria     | 5,5 |
| 16. | Trento          | 5,4 |
| 17. | Pesaro e Urbino | 5,4 |
| 18. | Parma           | 5,3 |
| 19. | Vicenza         | 5,3 |
| 20. | Como            | 5,2 |

Tabelle 3: Daten zu den Top 20 Provinzen Italiens im Bereich Kultur und Kreativität – Quelle: [Unioncamere](#), [Fondazione Symbola](#) 2022

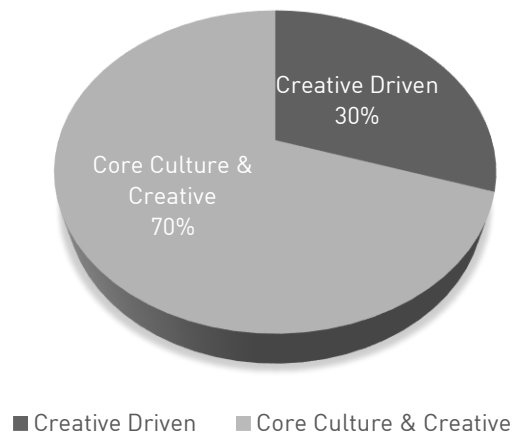


Abbildung 2: Zuteilung italienischer Unternehmen im Bereich Kultur- und Kreativindustrie – Quelle: [Unioncamere](#), [Fondazione Symbola](#) 2022

Der Großteil dieser Firmen hat ihren Sitz in der Region Lombardei (57.658 Unternehmen, 21,3% des gesamten Sektors), gefolgt von Latium (33.390 Firmen, 12,3%), Venetien (22.483 Firmen, 8,3%), Kampanien (21.584, 8%), Emilia Romagna (20.544, 7,6%) und Piemont (20.249, 7,5%).

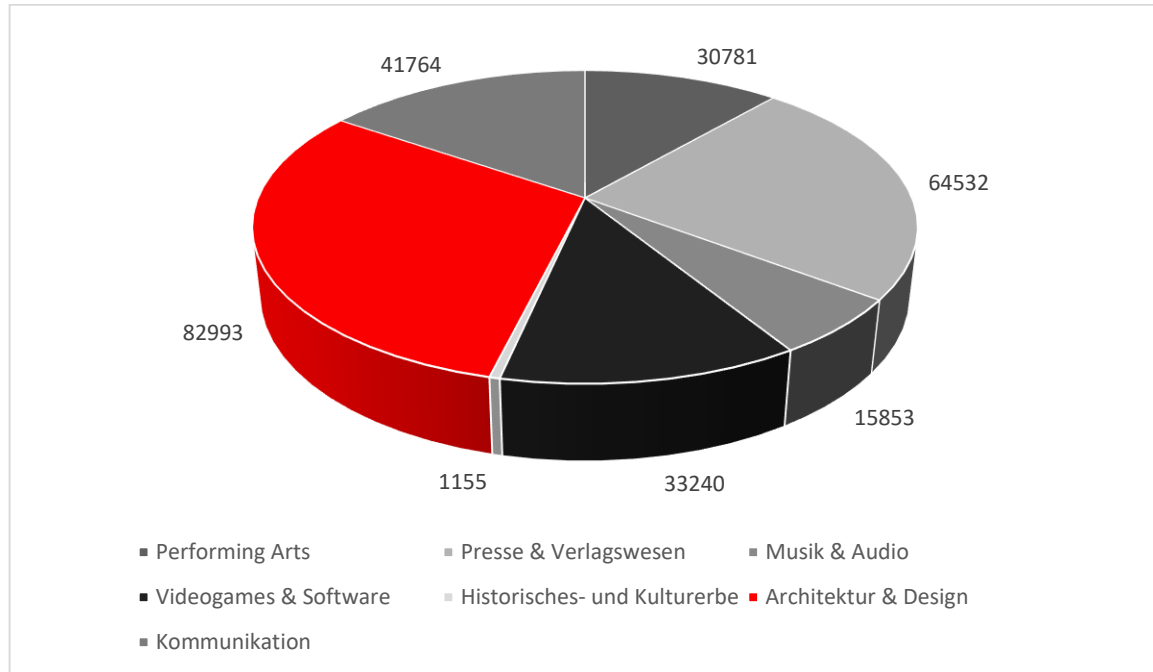


Abbildung 3: Anzahl der Unternehmen pro Sektor – Quelle: [Unioncamere](#), [Fondazione Symbola](#) 2022

Laut der Studie [Unioncamere](#) und [Fondazione Symbola](#) 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.

### Fokus Mode

Die Modebranche ist eine der am stärksten von den Auswirkungen der Covid-19-Krise betroffenen Sektoren. Die Textil-, Bekleidungs-, Leder- und Accessoires-Produktion ging im April 2020 auf Jahresbasis um 81% zurück. Die fast vollständige Schließung der Vertriebskanäle mit Ausnahme von Online-Handel führte im April 2020 zu einem Rückgang des Einzelhandelsumsatzes (Bekleidung) um mehr als 83 % gegenüber dem Vorjahresmonat.

Die Produktionssperre, die restriktiven Maßnahmen und der deutliche Konsumrückgang haben nicht nur die Branche beeinflusst, sondern zu einem Umsatzeinbruch in den Frühjahrsmonaten 2020 geführt. Danach erholte sich die Branche allmählich, bis im Herbst des Jahres wieder annähernd das Umsatzniveau von 2019 erreicht wurde. Die einzige Ausnahme stellt der Goldschmiedesektor dar, der stattdessen einen geringeren Rückgang verzeichnete (-6% im Oktober und November).

Sowohl die Verschärfung der Pandemie als auch der Eindämmungsmaßnahmen in den Herbstmonaten 2020 beeinflussten den Trend in der zweiten Jahreshälfte 2020 mit einem deutlicheren Rückgang bei Textilien, Bekleidung und Lederwaren.

Auch auf den Auslandsmärkten gab es weitreichende Rückgänge in allen Branchen und auf allen wichtigen Zielmärkten: Insgesamt verzeichnete das Modesystem Italiens -23% im Jahr 2020.

Das Jahr 2021 brachte eine Neubelebung und eine Umsatzsteigerung von 21,2% gegenüber dem Vorjahr. Der Trend setzte sich 2022 mit einem starken Wachstum im ersten Halbjahr (+20%) sowie im weiteren Jahresverlauf

fort. Die Daten für das vierte Quartal bestätigten diese bemerkenswerte Dynamik und widerlegten die Erwartungen einer starken Verlangsamung aufgrund der Auswirkungen der Energiepreise. Die italienische Modebranche erwirtschaftete im Jahr 2022 einen Umsatz von auf EUR 96,6 Mrd. das sind um +18% gegenüber dem Vorjahr. 2019 hatte die Branche EUR 71,1 Mrd. erwirtschaftet.

Der Energiekosteneffekt spiegelte sich in den Industriepreisen entlang der Modeproduktionskette wider, die im Jahr 2022 um 7,1 % stiegen. Der Anstieg konzentrierte sich auf die Sektoren mit dem größten Energieverbrauch: die Herstellung von Chemiefasern (+28,5 %), Spinnen, Färben und Veredeln (+17,1 %), Weben (+11,3 %) und Kosmetik (+7 Prozent).

Trotz aller Herausforderungen leistet der **Modesektor unter den sogenannten Vorzeigebereichen "3 F" (Fashion, Food, Furniture) weiterhin den größten Beitrag zur Handelsbilanz des Landes Italien.**

Laut **ISTAT** steigerte der Modesektor im Jahr 2022 seine Exporte um +21,6% im Vergleich zu 2021. Der Möbelsektor legte um +13,2% zu, Lebensmittel um +16,1% und Getränke um +9,1%.

Das Jahr 2022 endete über allen Erwartungen mit einem Umsatz von über 96,6 Milliarden Euro in der Modebranche und verwandten Sektoren, was einem Anstieg von 16 % gegenüber 2021 entspricht. Zu den Top-Ten-Kunden von Made in Italy-Mode gehören Frankreich (wertmäßig erster Markt, +23,8 %), Deutschland (+16 %) und China (+18,8 %) mit positiven Leistungen auch aus Korea (+33 %) und Japan (+18,4 %). In den verbundenen Sektoren Boom in der Schweiz, dem Zentrum der Luxuskonzerne (+31,7 %), den Emiraten (+30,7 %) und der Türkei (+57,6 %). Die beiden letztgenannten Märkte sind zu Einkaufszielen für Russen geworden.

Die Krise hat einige Trends beschleunigt, welche eigentlich bereits im Gange waren und **auch für österreichische Firmen zu potentiellen neuen Chancen werden können.** Unternehmen des Sektors sollen sich jetzt hauptsächlich auf diese drei Bereiche fokussieren:

- **Digitalisierung**, um einen integrierten Ansatz für den gesamten Produktions- und Vertriebsprozess zu gewährleisten;
- **Grüne Investitionen**, um Modelle zur Reduzierung der Umweltauswirkungen zu schaffen (z. B. Materialwahl, Verpackung, Transport)
- **Verbesserung des Humankapitals**, um das vorhandene Know-how und die vorhandenen Fähigkeiten zu schützen und den technologischen und grünen Übergang von Unternehmen zu begleiten.

## **Fokus Design**

---

Auch die Designbranche hat durch die Pandemie einen herben Rückschlag erlitten.

Laut einer Studie von **Fondazione Symbola** verringerte sich die Wertschöpfung des Sektors im Jahr 2020 um -18%, bei einem Beschäftigungsrückgang von -4,1 %.

Dank des neuen **Italiens Aufbau- und Resilienzplan (PNRR-Plans)** und verschiedener Fördermaßnahmen der Regierung erholte sich der Sektor im Jahr 2021 rasch. Die Studie zeigt, dass die Lombardei erneut die wichtigste Heimat des italienischen Designs ist und Mailand seine Rolle als Designhauptstadt Italiens eindrücklich unterstreicht. Generell konzentriert sich Italiens Designwirtschaft hauptsächlich auf die 4 italienischen Regionen Lombardei, Piemont, Emilia Romagna und Venetien. Dort haben 60 % der Designunternehmen ihren Sitz, beschäftigen 65% der Fachkräfte und Experten und erwirtschaften 68,5 % der gesamten italienischen Wertschöpfung.

Die Stärke der Branche liegt vor allem in der Vielseitigkeit und Flexibilität der Unternehmen. Diese nutzen ihre Fähigkeit, um ihre Produktion den neuen Kundenbedürfnissen anzupassen und haben dem Sektor mit Elan neues Leben eingehaucht.

Insbesondere gab es ein starkes Wachstum der übergreifenden Zusammenarbeit zwischen **Design-** und **Kommunikationsunternehmen** (ca. 60 %), zwischen Design- und **Branding** (52,8 %) sowie **Marketing** (46,5 %) und eine starke Zunahme von F&E, insbesondere für die Nutzung **von neuen Materialien** mit einem Fokus auf **nachhaltige Lösungen**.

Vor allem innovative **Verpackungen** sind zu einem Dauerbrenner für Designunternehmen geworden. Über 42% der italienischen Unternehmen planen, bis 2024 in Verpackungsprojekte zu investieren.

Um nur einige Beispiele zu nennen, wächst die Verwendung von biobasierten Materialien (von 5,1 % auf 13,6 %), metallischen Materialien (von 1,9 % auf 6,0 %) und neuen Materialien (von 2,2 % auf 5,7 %) rasant.

---



#### 4. MAILAND – DIE KREATIVWIRTSCHAFTSMETROPOLE ITALIENS

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. In den letzten Jahren – besonders nach dem durchschlagenden internationalen Erfolg der EXPO 2015 - hat auch der Beitrag des Tourismus zur regionalen Wirtschaftsleistung deutlich zugenommen.

Die nationale und internationale Anbindung Mailands sind nicht nur für Geschäftsleute wichtig, sondern machen Mailand auch als Urlaubsziel immer beliebter. 2022 erreichten die touristischen Ankünfte in der lombardischen Metropole 6,7 Mio. erreicht, über 9 Mio. reisten in den Großraum Mailands. Die lombardische Metropole hatte im Jahr 2015 Rom zum ersten Mal als touristische Top-Destination Italiens überflügelt.

Die Tourismusministerin der Stadt Mailand Martina Riva betonte: „Wir können es jetzt mit Stolz sagen: 2022 war das Jahr des wirklichen Aufschwungs des Tourismus in Mailand. Im April 2022 begannen wir, Zahlen zu verzeichnen, die mit denen von 2019 vergleichbar sind - einem Rekordjahr für den Mailänder Tourismus - und der Trend hat sich das ganze Jahr über konsolidiert, mit einem wirklich außergewöhnlichen dritten Quartal“.

Ziel für 2023 ist es, das Projekt [@visit\\_milano](#) gesteuert von [YesMilano](#), der Werbungagentur der Stadt Mailand, weiter zu intensivieren und Mailand immer mehr als Ziel nicht nur für Business, sondern auch für Tourismus und Sport zu positionieren.

Nicht zufällig, zählt der [Cultural Creative Cities Monitor](#) der Europäischen Kommission 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 fünfte Stelle nach Paris, Vienna, Munich und Berlin im Hinblick auf die Attraktivität für lokales, nationales und internationales Publikum. In punkto kultureller Lebendigkeit und Festivals während des gesamten Jahres erreichte sie den vierten Rang. Wenn es um berufliche Kapazitäten in der Kreativ- und Kulturbranche geht, belegt Mailand - nach Paris - den zweiten Platz. Es ist kein Zufall, dass große Marken wie Apple, IBM, Microsoft und Deloitte ihren europäischen Hauptsitz in Kreativmetropole Mailand etabliert haben.

Auch im Hinblick auf die [Olympischen Spiele Milano Cortina 2026](#) bereitet sich die Stadt Mailand mit zahlreichen neuen Projekten auf die aktuellen Herausforderungen vor. In erster Linie will sich die Stadt als Finanzzentrum für Start-ups und neue Unternehmen positionieren, wobei der Schwerpunkt auf **nachhaltigen Projekten** und der Förderung kreativer Branchen wie [Mode und Design](#), aber auch [Fintech](#), [Agritech](#), [Life Science](#), [Cleantech](#) und [IKT](#) liegt, um nur einige zu nennen.

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 lokale Bevölkerung und die zahlreichen Gäste aus nah und fern lebendig und attraktiv zu gestalten.

Zu den „klassischen“ Stärkefeldern 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 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** finden Sie die Veranstaltungsliste für 2023.

Das **AußenwirtschaftsCenter Mailand** unterstützt österreichische Unternehmen beim Markteintritt und vernetzt sie mit lokalen Stakeholdern und der Business Community. Kontaktieren Sie uns per E-Mail an [mailand@wko.at](mailto:mailand@wko.at).

### 3.1 Adresse und wichtige Kontakte

**Triennale di Milano:** 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.

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, ist ein Treffpunkt für Tausende Besucher, Touristen und Gurus der Branche geworden.

**Fondazione Prada:** 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.»

**Armani Silos:** 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 m<sup>2</sup> 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.

**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.

### **Fokus 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 bekannte 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-Porter Trends der wichtigsten Herrenmodehäuser „**Moda Uomo**“, gefolgt von der „**Milano Moda Donna**“.

Die „Must Sees“ der Modeschauen sind viel diskutiert, das Spektakel präsentiert aber auch Modeaccessoires wie Schmuck, Kosmetika und Brillen.

„Die Mailänder **Modewoche** ist ein **internationales und grundlegendes Event** für unsere Stadt, die seit jeher sehr eng mit der Mode verbunden ist: ein riesiger Sektor sowie eine weltweit anerkannte wirtschaftliche und handwerkliche Macht und ein Symbol für italienisches Know-how, die viele Betreiber der Branche umfasst. In einer Stadt, die eine der Modehauptstädte der Welt ist und immer mehr eine einladende, bewusste und nachhaltige Stadt sein möchte, ist die Richtung, die sowohl für die Bürger als auch für die Unternehmen einzuschlagen ist, die, die in **Richtung einer Kreislaufwirtschaft** führt“ erklärt Alessia Cappello, Stadträtin für Arbeit und wirtschaftliche Entwicklung der Stadt Mailand sowie zuständig für Mode und Design, während der Präsentation des Veranstaltungskalenders.

Alleine die Women's Fashion Week wird 2023 **über 70 Millionen Euro** in die Kassen der Mailänder spülen, bestätigt Marco Barbieri, Generalsekretär des **Confcommercio Mailand, Lodi, Monza und Brianza**, und setzt damit ein wichtiges Signal für den positiven Trend im Tourismus und die Attraktivität des Mailänder Territoriums.

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

Nächste Termine finden Sie unter folgendem **LINK**.

---

## **Fokus Milano Design Week**

---

Die internationale Fachmesse „**Salone del Mobile**“ und die Nebenevents in der Stadt „**Fuorisalone**“ definieren die „**Milano Design Week**“ die wichtigsten Momente jedes Jahres als weltweiten Maßstab für die Designindustrie „at large“.

Die Weltmetropole des Designs hat es als erste und einzige Stadt weltweit geschafft, im Laufe der Jahre eine konsolidierte Realität aufzubauen und sich als Bühne für Fach-, Haupt- und Nebenevents zu profilieren und innovativ weiterzuentwickeln. Die Designwoche generiert nicht nur enorme Besucherzahlen, sondern einen starken Beitrag zur Wirtschaftskraft Mailand. Die Ausgabe 2021 zählte über 2.100 Aussteller, darunter 27% ausländische Firmen und 600 New Designer, 262.000 Besucher auf der Messe und über 400.000 Besucher während der gesamten Mailänder Designwoche.

- **Fuorisalone**: eine Reihe von Veranstaltungen, die rund um den „Salone“ in verschiedenen Stadtteilen Mailands stattfinden. Der Fuorisalone hat keine zentrale Organisation und wird nicht von einer einzigen Institution verwaltet. Er entstand Anfang der 1980er Jahre spontan aus dem Bedürfnis von Unternehmen, die im Bereich Möbel und Industriedesign tätig waren. In den letzten Jahren wurde der Fokus auch in viele verwandte Sektoren, darunter Automobil, Technologie, Telekommunikation, Kunst, Mode und Lebensmittel gelegt.
- **Salone del Mobile**: findet 2023 zum 61. Mal statt und ist die weltweit wichtigste Fachmesse in Design- und Möbelsektor. Sie wurde 1961 mit dem Ziel gegründet, den Export von italienischen Möbeln und

Einrichtungsgegenständen zu fördern. Die Veranstaltung bietet ein 360°-Panorama über die Welt der Möbel- und Einrichtungsindustrie.

### ➤ **FUORISALONE 2023**

Die 23. Ausgabe des **Fuorisalone** findet von **17. bis 23. April 2023** unter dem Motto „**Laboratorio Futuro**“ (**Labor der Zukunft**) statt.

„**Laboratorio Futuro**“ bietet die einzigartige Möglichkeit Kreative und Trendsetter aus aller Welt zusammen zu bringen und schafft die richtige Gelegenheit, um Herausforderungen von heute in Chancen für morgen zu verwandeln.

Die Ausgabe 2023 widmet sich besonders den Schwerpunktthemen **nachhaltiges Design, Kreislaufwirtschaft, Materialinnovation, Stadterneuerung** und **künstliche Intelligenz**, mit einem Fokus auf die jungen Generation d.h. unter Beteiligung Studierender der wichtigsten Schulen des Sektors. „Laboratorio Futuro“ soll als Bühne für Ausstellungen und Installationen dienen und Projekte kreieren, die gesellschaftliche Veränderungen beeinflussen und Visionen einer ehrgeizigen und glaubwürdigen Zukunft vorschlagen können, die sich aus Experimenten und Realität zusammensetzen. Eine Zukunft, in der Design **ein Akteur des Wandels sowie ein Instrument zur Interpretation der Gesellschaft ist**.

Bleiben Sie auf dem Laufenden und kontaktieren Sie das **AußenwirtschaftsCenter Mailand** für weitere Informationen.

---

### **SALONE DEL MOBILE**

Die 61. Ausgabe des **Salone del Mobile** in Mailand Rho Fiera vom 18. bis 23. April 2023 verspricht, voller Neuheiten und stark qualitätsorientiert zu sein.

Highlight der 2023 Ausgabe wird die biennale Ausstellung **Euroluca**, welche das Thema Nachhaltigkeit und nachhaltige **Ressourcennutzung** betonen wird. Weitere Informationen und Richtlinien zum Thema Sustainability finden Sie **HIER**.

Die Erwartungen für dieses Jahr sind hoch und Delegation aus aller Welt haben sich angesagt. Im Juni 2022 kehrte der Salone nach einer pandemiebedingten Pause wieder zurück. 2.175 Aussteller, davon 600 jung-Designer zogen rund 263.000 Besucher aus 173 Nationen an. Obwohl die Präsenz der russischen und chinesischen Besucher ausblieb, waren internationale Gäste mit 61% der Besucher stark vertreten. Die **Ausstellerliste** für die Ausgabe 2023 wird ständig aktualisiert

Die **Möbelmesse** gilt als Hub, um Ideen auszutauschen und dadurch neue Projekte und Geschäftsmöglichkeiten zu beginnen.

---

## 5. NACHHALTIGKEIT UND INNOVATION: HERZSTÜCK DER CREATIVE INDUSTRIES

Der italienischen Creative Industries sind für Innovationen und zeitlose Kreationen weltweit bekannt.

Die Branche bewies in den letzten Jahren ihre Anpassungsfähigkeit, sie schaffte und orientierte sich an neuen Trends und Entwicklungen, um international wettbewerbsfähig zu bleiben.

### 5.1 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 „nachhaltige“ 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.

Die italienische Kreativindustrie setzt sich ein, neue Lösungen zu finden, die Nachhaltigkeit, Technologie und Design vereinen. Es gibt zahlreiche Marken, Ateliers und Designstudios, die Produktionsprozesse und Produkte erneuern, sie sind wahre Ikonen des „Made in Italy“ in der Welt.

Der Trend der Nachhaltigkeit im italienischen Design-Sektor geht weit über das bloße Verwenden von umweltfreundlichen Materialien hinaus. Italienische Designer wählen einen ganzheitlichen Ansatz, der **den gesamten Lebenszyklus des Produkts berücksichtigt** und **umweltfreundliche Entscheidungen in jeder Phase des Prozesses fördert**.

Zu diesem Zweck verwenden italienische Designer **recycelte** oder **biologisch abbaubare Materialien** und setzen auf Prozesse, die den **Energieverbrauch reduzieren**. Sie achten darauf, dass ihre Produkte nachhaltig produziert und recycelbar sind, sodass sie am Ende ihres Lebenszyklus wiederverwendet werden können.

Zudem legen italienische Designer Wert auf eine transparente Kommunikation, um den Verbrauchern den Herstellungsprozess und die Materialien des Produkts zu vermitteln. So sollen Verbraucher dazu ermutigt werden, bewusstere Kaufentscheidungen zu treffen und sich für umweltfreundlichere Produkte zu entscheiden.

**Natuzzi** hat seit Jahren den Umweltschutz zu den Prioritäten seiner Unternehmenstätigkeit gemacht. Wie? Mit der Nutzung von Photovoltaikenergie, umweltfreundlichen Technologien und natürliche Materialien wie Holz und Leder und mit strenger Unternehmenspolitik zur Entwaldung. Diese neue Weltanschauung wurde anlässlich seines 60-jährigen Jubiläums gezeigt: Natuzzi hat Tradition und Forschung, Innovation und Schönheit vereint und sein Engagement für eine grüne Politik mit der von Ross Lovegrove entworfenen Ergo-Schlafzimmerkollektion, einem der größten Vertreter des organischen Designs, konkretisiert. Das verwendete Holz stammt von FSC®-

zertifizierten Plantagen, die korrekt und verantwortungsbewusst nach strengen ökologischen, sozialen und wirtschaftlichen Standards bewirtschaftet werden. Alle Oberflächen sind aus natürlichem Wachs. Die Verwendung von Metall beschränkt sich auf Aluminium, ein unendlich recycelbares Material. Die für alle Bezüge verwendeten Textilfasern sind Leinen, Wolle und Baumwolle. Und für die Beleuchtung werden nur LEDs mit niedrigem Energieverbrauch verwendet.

**Calligaris**, ein historisches „Made in Italy“ Unternehmen, vertritt engagiert eine umfassende Vision von Nachhaltigkeit. Bereits 2006 erhielt Calligaris die FSC-Zertifizierung Anerkennung, die garantiert, dass das verwendete Holz aus Wäldern stammt, die korrekt und verantwortungsbewusst nach strengen ökologischen, sozialen und wirtschaftlichen Standards bewirtschaftet werden: Scandia beispielsweise ist der Stuhl, der vollständig aus FSC zertifiziertes Holz hergestellt wird. Calligaris hat ökologisches Design zur treibenden Kraft hinter jedem Aspekt seiner Produktion gemacht: von der Installation von Solarmodulen im Werk in Manzano seit 2012 bis hin zur Optimierung von Prozessen und Verpackungen zur Minimierung von Energieverbrauch und Abfall.

Seit 4 Jahren findet jährlich den **FSC Furniture Award** statt. Der europäische Preis wird an Unternehmen verliehen, die sich besonders mit Fragen der Umwelt und der ökologischen Nachhaltigkeit befassen und neue positive Veränderungen zu ihren Zielen machen. Italien gehört auch für die Ausgabe 2022 zur Top-Ten: Die Firma **Stosa Spa** wurde mit **2022 FSC® Communication Award** ausgezeichnet.

**Paolo Tamborrini**, Professor für Architektur und Design am **Politecnico di Torino**, und der Journalist Giorgio Tartaro halten fest: "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"

Die **Integration von Technologie** in Design wird immer häufiger, z.B. werden Smart-Home-Technologien und Wearables in Möbeln und Kleidung integriert. Im italienischen Design-Sektor hat die **Digitalisierung** eine wichtige Rolle übernommen und Designer setzen zunehmend auf fortschrittliche Technologien wie 3D-Druck, Virtual Reality, Augmented Reality und Künstliche Intelligenz, um ihre Designs zu verbessern und zu optimieren.

**3D-Druck** eröffnet den Designern neue Möglichkeiten, ihre Ideen schnell und präzise in physische Modelle umzusetzen und zu testen. Durch den Einsatz von 3D-Drucktechnologie können Designer auch komplexe Formen und Strukturen schaffen, die mit herkömmlichen Fertigungsmethoden schwer zu erreichen wären.

**Virtual Reality und Augmented Reality** ermöglichen es Designern, ihre Entwürfe in einer virtuellen Umgebung zu testen und zu visualisieren, was Zeit und Kosten spart, bevor sie physische Prototypen erstellen. **Künstliche Intelligenz** kann dazu beitragen, Prozesse zu optimieren und die Produktentwicklung effizienter zu gestalten.

Die Digitalisierung bietet auch Möglichkeiten zur Individualisierung und Personalisierung von Produkten. Designer können mithilfe von Datenanalyse und machine-learning personalisierte Designs und Produkte entwickeln, die den individuellen Bedürfnissen und Vorlieben der Verbraucher entsprechen.

Insgesamt hat die Digitalisierung im italienischen Design-Sektor dazu beigetragen, den Designprozess zu beschleunigen, die Qualität der Produkte zu verbessern und die Möglichkeit zu bieten, individuelle Produkte zu entwickeln, die den Anforderungen der Kunden entsprechen.

Immer häufiger ist die Integration von **traditioneller Handwerkskunst mit modernen Fertigungsmethoden** und Technologien. Italienische Designer und Hersteller setzen auf traditionelle Handwerkstechniken wie das Schmieden, das Weben, das Schnitzen und das Handbemalen von Produkten. Dabei werden diese Techniken oft mit modernen Fertigungsmethoden wie 3D-Druck oder computergesteuerten Maschinen kombiniert, um eine höhere Präzision und Effizienz zu erreichen.

Durch die Integration von traditionellen Handwerkstechniken in moderne Produktionsprozesse können Designer Produkte mit hoher Qualität und einem hohen Maß an Handwerkskunst herstellen, die gleichzeitig auch funktional und innovativ sind.

Ein **weiterer Vorteil** der Integration von traditionellen Handwerkstechniken und modernen Technologien ist, dass Designer und Hersteller lokale Materialien und Ressourcen nutzen können, um nachhaltige und einzigartige Produkte zu entwickeln. Dadurch können sie auch die Kultur und das Erbe Italiens in ihren Designs und Produkten zum Ausdruck bringen und weitergeben.

Insgesamt fördert die Integration von traditionellen Handwerkstechniken und modernen Fertigungsmethoden im italienischen Design-Sektor die Schaffung von innovativen und qualitativ hochwertigen Produkten, die gleichzeitig auch die italienische Handwerkskunst und Kultur widerspiegeln.

## 5.2 Mode und Textilien

Forschung und Innovation spielen auch im Sektor Mode und Textilien eine bedeutende Rolle. Der 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 geringe Umweltbelastung im Vordergrund steht. In diesem Zusammenhang wurde das Projekt **Sustainable Technologies** von der Vereinigung der italienischen Textilmaschinenproduzenten **ACIMIT** ins Leben gerufen. Die italienischen Hersteller von Textilmaschinen in verschiedenen Modebereichen (Spinnerei, Strickerei, Weberei, Veredelung usw.) versuchen immer mehr innovative technologische Lösungen anzubieten, die auf die Abschaffung gefährlicher Substanzen aus Produktionsprozessen zugunsten einer größeren Wassereinsparung und Energiekosten, wodurch das Recycling von Altmaterialien begünstigt wird.

### Welches Erfolgsbeispiel veranschaulicht, wie Technologie und Innovation die Fashion Branche beflügeln?

**Cap\_ble** heißt das innovationsreiche Start-Up gegründet von der jungen Designerin Rachele Didero. Ziel ihres Projektes ist es, aktuelle Themen wie Technology, Data Protection und Fashion zu beleuchten. „Biometrische Erkennungsgeräte sind überall, besonders in Ländern wie den Vereinigten Staaten, China, Japan und bald auch hier: sie erkennen Gesichter, erfassen unsere Daten und unsere Identität, ohne dass wir es überhaupt merken und ohne zu wissen, wohin diese Informationen gehen“ sagte Didero in **einer Interview** für die nationale Zeitung La Repubblica.

Cap-able produziert Pullover und Stoffe aus Materialien, welche die Kameras „ablenken“ und das Gesicht nicht mehr erkennen können. „Unsere Lösung ermöglicht, sich zu verstecken, ohne sich zu verstecken, d.h. ohne das Gesicht bedecken zu müssen, was illegal ist“ - erklärte Federica Busani, die andere Mitbegründerin von Cap\_ble.

Das Projekt klingt einfach, aber es waren monatelange Studien zum Machine-Learning, Stoffen und Körpervolumen erforderlich, um zu verstehen, welche Farben und Formen miteinander kombiniert werden müssen, um die Aktivität der AI zu behindern, die an der Gesichtserkennung beteiligt ist.

Bis heute werden die Kleidungsstücke von Cap\_able aus 14 Farben, zwei verschiedenen Formen (geometrisch oder rund) und vor allem aus bestimmten Stoffen hergestellt: „Die reflektierenderen Materialien wie Baumwolle, Viskose und Seide sind für unseren Zweck effektiver – erzählt Didero. „Es ist besser, Wolle, Mohair oder Kaschmir nicht zu verwenden, außer in kleinen Prozentsätzen und auf jeden Fall mit dem Rest vermischt“.



Die Produkte sind nicht billig: die Listenpreise liegen bei EUR 380 für ein T-Shirt und EUR 560 für ein Sweatshirt. Dafür gibt es einige Gründe: „Die in die Forschung investierte Zeit und die damit verbundenen Kosten müssen berücksichtigt werden. Noch mehr: die Produktion erfolgt in Italien und es werden hochwertige Rohstoffe verwendet, u.a. auch ägyptische Baumwolle der **Better Cotton Initiative**“.

### 5.3 Circular Economy: Die Zukunft der Textilindustrie

Regeneration ist das Schlüsselwort, zusammen mit der Verpflichtung, die Verschwendung von Ressourcen zu begrenzen, indem jede Phase des Produktionsprozesses optimiert wird. Das Modell der Kreislaufwirtschaft ist heute ein globales Ziel, das zu den Themen von grundlegender Bedeutung, in der von den Vereinten Nationen ins Leben gerufenen Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung gehört.

Der Kern der Kreislaufwirtschaft ist die Umwandlung von Abfall, beginnend mit einem umsichtigen Umgang mit Ressourcen. Auf den Textilsektor bezogen heißt die:

- Senkung der Abfallwirtschafts- und Entsorgungskosten,
- Senkung der Materialkosten,
- Begrenzung der Nutzung nicht erneuerbarer Ressourcen,
- konsequente Verringerung der Umweltbelastung.

Der Begriff „nachhaltige Mode“ wird bereits seit einiger Zeit verwendet. Es handelt sich dabei um einen Trend, der jedes Jahr die Einführung spezieller Kollektionen, neuer Materialien und konkreter Aktionen von Stylisten mit sich bringt.

Mode ist nach der Petrochemie einer der Sektoren mit den größten Umweltauswirkungen und einer der Sektoren, die sich am meisten für einen „Kurswechsel“ einsetzen.

Nachhaltigkeitsthemen werden zu einem festen Bestandteil der Unternehmensstrategien sowohl einiger Luxusmarken als auch von Fast-Fashion-Ketten.

Seit einigen Jahren hat die Branche grüne Richtlinien und kontrollierte Lieferketten eingeführt und in die Forschung zu Materialien, Prozessen, Veredelungen, Anlagen, Abfallentsorgung, Recycling und Wiederverwendung viel investiert.

Nachhaltige Mode hat die Erforschung neuer Materialien vorangetrieben, die aus pflanzlichen Abfällen wie Ananas und Orangen gewonnen werden; es wurden Kollektionen aus ökologischen Stoffen geschaffen, welche oft mit traditionellen Materialien wie Brennesselfasern, Ginster, Hanf, Bambus und vielen anderen hergestellt werden.

Auch die Verwendung von Stoffen, die aus dem Recycling von besonders umweltbelastenden Materialien wie Plastik gewonnen werden, breitet sich aus.

Für die Fertigung bzw. Feinbearbeitung – wie waterproof oder Used-Effekt von Stoffen – wurde der Einsatz von Chemikalien verringert und viele Betriebe haben dazu Emissionen und Wasserverbrauch reduziert.

Es ist kein Zufall, dass die wichtigsten Textil- und Modeveranstaltungen (Messen, Debatten und Modewochen) diesem Thema in den letzten Jahren immer mehr Raum eingeräumt haben.

### 5.4 Green Architektur

**Stefano Boeri Architetti** ist für seine Arbeit im Bereich des grünen Designs und der Nachhaltigkeit weltweit bekannt. Das Büro hat eine Reihe von Projekten entwickelt, die sich auf die Schaffung von grünen und lebenswerten Städten konzentrieren, darunter das preisgekrönte **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 mit 800 Bäume und 15.000 Stauden/Rasenflächen.

Insgesamt beherbergt das Projekt Pflanzen und 5.000 Sträucher, die einer Vegetationsmenge von 30.000 m<sup>2</sup> 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 CO<sub>2</sub> 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).

Nach dem Erfolg des vertikalen Waldes hat Stefano Boeri Architeti in Zusammenarbeit mit Arassociati, AG&P greenscape ein brandneues grünes Projekt im Herzen von Mailand initiiert.

**Bosconavigli** stellt ein zentrales Element zwischen der stark bebauten Struktur der Stadt und einem ihrer historischen Viertel dar, das durch eine niedrige Bebauungsdichte und viel Grün gekennzeichnet ist.

Besonderes Augenmerk wurde auf die Integration technologischer Systeme gelegt, die die energetische und ökologische Nachhaltigkeit des Gebäudes optimieren können, wie z. B. die Verwendung von Solar- und Fotovoltaikpaneelen auf dem Dach, die Sammlung und Rückgewinnung von Regenwasser (alle Grünflächen werden mit automatischen Bewässerungssystemen mit Regenwasserrückgewinnung ausgestattet) und die Erzeugung von Erdwärme.

Das Vorzeigeprojekt präsentiert aufgrund seines ökologischen Wertes eine neue Art des Wohnens in der Stadt, mit dem Ziel einer stärkeren Integration von lebendiger Natur und Architektur. Zusammen mit den Projekten Ca'delle Alzaie (Treviso) und Palazzo Verde (Antwerpen) bedeutet Bosconavigli für das Büro Stefano Boeri Architeti eine perfekte Gelegenheit, den Prototyp des Bosco Verticale in Mailand im Hinblick auf das Wohnen mit geringer Dichte weiter zu entwickeln. Weitere Informationen zum Projekt [HIER](#).

**Carlo Ratti Associati** ist ein Designstudio mit Sitz in Turin, das sich auf Technologie und Nachhaltigkeit spezialisiert hat. Das Studio arbeitet an der Entwicklung von innovativen Lösungen für Städte, die dazu beitragen können, Energie und Ressourcen zu sparen und die Umweltbelastung zu reduzieren. Folgender [LINK](#) beschreibt Top-Projekte, die weltweit realisiert wurden.

Jedes Jahr publiziert die renommierte Wirtschaftszeitung Il Sole 24Ore eine Rangliste der besten Architekturstudios Italiens. [HIER](#) finden Sie die Ergebnisse (nach Umsatz 2021).

### **5.5 Veranstaltungen „not to miss“ & wichtige Kontakte**

Die **Fachmesse Klimahouse** in Bozen ist (über-)regionaler 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 bietet Raum für Innovation und Jungunternehmen.

Nächste Ausgabe: 31.01. – 03.02.2024

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

Nächste Ausgabe: 15. -18.11.2023

Alle drei Jahre öffnet die **Fachmesse MCE** in Mailand ihre Tore und zeigt eine Vielfalt innovativer Entwicklungen rund um das Thema Wohnkomfort.

Nächste Ausgabe: 12.-15.03.2024.

### **AIAPP – Associazione Italiana Architettura del Paesaggio**

Nationaler Fachverband für Landschaftsbau

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

E [segreteria.nazionale@aiapp.net](mailto:segreteria.nazionale@aiapp.net)

### **ANAB – Associazione Nazionale Architettura Biologica**

Nationaler Fachverband für Biologische Architektur

E [info@anab.it](mailto: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/>
- <https://www.ellededecor.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/>

## 6. IED – ISTITUTO EUROPEO DI DESIGN

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 Studierende aus 100 verschiedenen Ländern ausgebildet.

IED spezialisiert sich auf 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.

### 6.1 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.

Das **AußenwirtschaftCenter Mailand** organisiert regelmäßig Veranstaltungen und Workshop und vernetzt österreichische Unternehmen mit IED-Experten, um top aktuelles Wissen zu vermitteln.

So wurden etwa 2021 die erste Ausgabe der „Hotspot Tour Milano Design Week“ gemeinsam mit IED veranstaltet. Ziel der Veranstaltung war es, einen Überblick zu den neusten Trends und Entwicklungen der Branche während der wichtigsten Woche Mailands zu gewinnen und einen Austausch mit den Experten von IED zu schaffen, sowie Best Practice hautnah kennenzulernen. Highlight der Reise war es den

Workshop zum Thema „The future of Design: Trends and new challenges“ und des Besuchs des [ADI Design Museum](#). [HIER](#) finden Sie ein Highlight Video der ersten Ausgabe.

2022 fand eine weitere Kollaboration von österreichischen Unternehmen mit IED und Fokus auf den Greentech-Sektor statt. Unter der Leitung des IED-Direktors Riccardo Balbo wurden in einem Workshop die Herausforderungen der Zukunft und mögliche Lösungen mit Vertretern von [Politecnico di Milano](#), IED und der [Region Lombardei](#) sowie der [Gemeinde Mailand](#) diskutiert. Das Highlight Video finden Sie auf unserer [LinkedIn Seite](#).

Möchten Sie mit IED in Kontakt treten? Kontaktieren Sie das [AußenwirtschaftsCenter Mailand](#).

## 7. POLITECNICO DI MILANO – INGENIEURE UND MEHR

Das [Politecnico di Milano](#) - PoliMi, gegründet im Jahr 1863, zählt zu den wichtigsten Universitäten nicht nur 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 2023](#) hat das PoliMi in der Kategorie „Engineering & Technology“ erneut unter die Top 15 der Welt gereiht. In der Kategorie Architektur ist die Universität auf den hervorragenden 10. Rang und die Designfakultät konnte ihren 5. Platz erfolgreich verteidigen.

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

Die Mission des PoliMi hält fest, wissenschaftliche und technologische Innovationen zur Verbesserung der Lebensqualität zu identifizieren. 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.

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.

Mit [Donatella Sciuto](#) wurde 2023 erstmals eine Frau an der Spitze des PoliMi berufen. Für die neue Rektorin ist klar: „Generell ist Innovation für mich aber vor allem eine Einstellung. Es ist die Steigerung von allem, was Engagement, Einfallsreichtum, Kreativität und Kultur ist. Dies effektiv und effizient zu tun, wäre eine Innovation für sich“. Was möchte sie in ihrem 5-jährigen Mandat erreichen? „Mein Hauptziel ist es, Studenten, d.h zukünftige Fachkräfte und Forscher auf höchstem Niveau auszubilden, die in der Lage sein werden, technologischen und gesellschaftlichen Herausforderungen auf verantwortungsvolle Weise zu begegnen, um die Ziele der nachhaltigen Entwicklung weiterhin zu erreichen“.

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](#). 2022 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“.

**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: Virtueller, 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 Poli.Design war 2022 Partner des [AußenwirtschaftsCenter Mailand](#) für die Realisierung der Hotspot-Tour während der Design Week Mailands, inklusive eines Workshops zum Thema Architektur und Interior Design. Weitere Informationen zum Event finden Sie auf unserer [Webseite](#) und auf unserer [LinkedIn Seite](#).

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.

[Design + Strategies](#) 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 zu entdecken!

### **7.1 Kooperationsabkommen PoliMi - WKÖ**

Im März 2019 wurde ein Kooperationsabkommen zwischen der WKÖ und Politecnico di Milano geschlossen und damit die Grundlage für eine zukünftige 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) im September 2019 erstmals in der WKÖ vor Top österreichischen Firmenvertretern, um sich in einem Workshop über die aktuellen F&Es des PoliMi und interessante Kooperationsmöglichkeiten zu informieren. Themen waren vorwiegend firmeninternen Forschungs- und Entwicklungsprojekte, einige Unternehmen vernetzten sich in Folge mit spezifischen Forschergruppen.

## 8. KONKURRENZSITUATION

Der wohl größte Mitbewerber Italiens in der weiten internationalen Kreativszene, der 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, wie etwa in der Modeindustrie, die oft gemäß den aktuellen Trends ähnliche Produkte anbietet, was zu einer Sättigung des Marktes führt. Gerade bei der Fast-Fashion zeigen sich für den Konsumenten kaum Unterschiede im immer breiteren Angebot.

Auch im Luxusbereich gibt es immer wieder Unternehmen, die 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.

Wie sieht die internationale Konkurrenz etwa am Beispiel Möbel aus?

Laut der letzten Studie des Verbandes **Federlegnoarredo** schloss 2022 mit einem beeindruckenden Umsatz von EUR 56,6 Mrd. (+12,7% gegenüber dem Vorjahr). Der Präsident von FederlegnoArredo, Claudio Feltrin zeigt sich sehr zufrieden: „Das Jahr 2022 ist wirklich außergewöhnlich zu Ende gegangen, auch weil wir aus einem ebenso außergewöhnlichen Jahr 2021 gekommen sind. Ich erinnere mich nur an eine Tatsache: wir haben 2021 mit +14% als Lieferkette gegenüber 2019 abgeschlossen. Und das war das beste Jahr vor der Pandemie. Für 2022 waren wir optimistisch, aber natürlich mit einer gewissen Mäßigung, denn Wiederholungsleistungen sind nie selbstverständlich.“

Die letzten Ausgaben der **Salone del Mobile** zeigten ein immer größeres Interesse seitens internationaler Unternehmen, sich nicht nur auf einer internationalen Plattform zu präsentieren, sondern ihr Angebot auch bei italienischen Top-Unternehmen zu bewerben.

Ein besonders wichtiges Schaufenster ist die **Mailänder Design Week (Salone und Fuorisalone)**. In den letzten Jahren zeigte der **Fuorisalone** etablierte Länderpräsentationen wie Deutschland und die Niederlande. Der letzte österreichische Beitrag im Jahr 2019 (vor der COVID-Pandemie) sorgte für großes Aufsehen bei Publikum und Fachpresse:

Die **österreichische Designausstellung 2019 „Austrian Design Pleasure & Treasure“** zeichnete sich in der Kombination von Location und Bespielung als vielbeachtetes Highlight der Mailänder Designwoche aus. 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. **HIER** finden Sie unser Ausstellungsvideo

„New Entry Countries“ wie Brasilien, Polen und skandinavische Länder hinterlassen ebenfalls ihren kreativen Fußabdruck. Designer und Kreative aus diesen Ländern zählen zu potentiellen Mitbewerbern von italienischen Unternehmen, aber auch für österreichische Kreativschaffende, die Interesse haben, sich am italienischen, aber



auch weltweiten Markt zu etablieren. Andererseits eröffnen sich dadurch auch grenzüberschreitende Kooperationschancen für zukunftsorientierte, weltoffene Projekte.

## 9. 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 Alltages schlechthin. Bei der letzten Weltausstellung in Dubai wurden in diesem Zusammenhang besondere Akzente gesetzt – siehe [Italia Geniale: Italian design masterpieces on display](#). Nicht zuletzt wurde das Ministerium für wirtschaftliche Entwicklung in Ministerium für Unternehmen & Made in Italy umbenannt – siehe auch [National Technological Cluster “Made in Italy” \(MinIT\)](#).

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 österreichische UnternehmerInnen zu sensibilisieren.

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

In den **Fachinformationen 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 Fachinformationen sind für österreichische Unternehmen über das [AußenwirtschaftsCenter Mailand](#) erhältlich.

Genannt seien an dieser Stelle auch die Fördermöglichkeiten durch die [GO International Initiative](#) und die Exporthilfen durch die [Oesterreichische Kontrollbank](#).

Um die aufgrund der Covid- und Energiekrise besonders hart getroffenen Bereiche der Kreativwirtschaft zu erhalten und wieder zu beleben, aktivierten sich sowohl öffentliche Institutionen (EU, Staat und Region) als auch private Venture Capital Geber (siehe z.B. [European Creative Business Network](#)). Ziel ist, traditionelle wie neue innovative Konzepte miteinander zu verzahnen – siehe z.B. [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.

In [Italiens Aufbau- und Resilienzplan](#) (PNRR) als Teil des Next Generation EU-Programms sind EUR 191,5 Mrd. vorgesehen, die Italien mit nationalen Mitteln i.H.v. EUR 30,6 Mrd. aufgestockt hat – sog. [Ergänzungsfonds \(Fondo Complementare\)](#). Der Plan betrifft 6 Schwerpunktbereiche und dreht sich um drei zentrale Punkte: Digitalisierung und Innovation, Grüne Wende sowie soziale Teilhabe und Inklusion. Die Kulturförderpolitik ist Teil des [Maßnahmepakets Digitalisation, innovation, competitiveness, culture and tourism](#) (EUR 40,29 Mrd). Im Zuge der Pandemie wurden für die Kreativwirtschaft als Abfederungsmaßnahmen u.a. Lizenzgebühren, Steuerrückzahlungen und sonstige Zahlungen an Künstler und Kreative vorgezogen. Weiters wurden u.a. Sozialabgaben- und Mietzahlungspflichten ausgesetzt.

Ziel der Maßnahmen ist es, die Assets des ital. Kulturerbes zu sanieren sowie die Einführung neuer Dienstleistungen, vor allem auch unter dem Aspekt der sozialen Einbeziehung und Inklusion. Dabei sollen (physische wie digitale) Barrierefreiheit, Sicherheit und ökologische Nachhaltigkeit besonders berücksichtigt werden. Das geschieht im Einklang mit der mit der [Konvention von Faro](#) und dem [Europäischen Aktionsrahmen für das Kulturerbe](#).



- Die Faro-Konvention: neue Wege für das Kulturerbe
- Cultura 4.0

Im Kulturbereich sind drei Maßnahmen vorgesehen (siehe [Italia Domani](#)):

- Maßnahme 1 „Kulturerbe der nächsten Generation“ (EUR 1,1 Mrd)
- Maßnahme 2 „Wiederbelebung der kleinen, ländlichen und religiösen Kulturstätten“ (EUR 2,72 Mrd)
- Maßnahme 3 „Kulturschaffende & Kreativwirtschaft 4.0“ (EUR 0,46 Mrd)

Die folgenden Einzelmaßnahmen wurden auf den Weg gebracht:

| Investition   | Höhe in Mio. EUR |
|---|------------------|
| <a href="#">Attractiveness of villages</a>  | 1.020            |
| <a href="#">Caput Mundi. Next Generation EU for major tourist events</a>  | 500              |
| <a href="#">Cultural participation in peripheral urban areas</a>  | 600              |
| <a href="#">Digital Tourism Hub</a>   | 114              |
| <a href="#">Earthquake safety in places of worship, restoration of the cultural heritage of the Fondo Edifici di Culto [Fund for Religious Buildings] (FEC) and recovery of artistic sites (Art Recovery)</a> | 800              |
| <a href="#">Integrated funds for the competitiveness of tourism businesses</a>  | 1,786            |
| <a href="#">Site identity enhancement programmes: historic parks and gardens</a>  | 300              |

Die Maßnahmen werden i.d.R. auf regionaler und lokaler Ebene umgesetzt (siehe z.B. [Land Südtirol](#) und [Gemeinde Bozen](#)). Diese Investitionen der ital. Gebietskörperschaften können österreichische Unternehmen, die Lösungen in diesem Bereich anbieten, von Interesse sein. Das [Außenwirtschaftsbüro Rom](#) informiert in diesem Zusammenhang zu den **Besonderheiten des ital. Vergaberechts**.

Darüber hinaus können ital. Unternehmen – so auch österr. Investoren in Italien, Firmen mit Tochterunternehmen etc. – direkt oder indirekt von den allgemeinen Förderungen und vor allem fiskalischen Subventionen profitieren. Im Rahmen der Pandemie und Energiekrise gab es in diesem Zusammenhang eine Reihe von Beihilfeverordnungen zur Abfederung. Im Zuge der Haushaltsgesetzgebung, zuletzt durch das Haushaltsgesetz 2023 der neu gewählten Regierung Meloni zeigen sich zwei für österr. Investoren wesentliche Leitmotive in der Wirtschafts- und Förderpolitik – siehe [The main fiscal measures of the 2023 budget law](#).

Wer „schafft“, soll möglichst wenig vom Staat gestört werden (Leistungsträgerbegünstigung & Entbürokratisierung) und zum anderen gilt ein „patriotischer Ansatz“, der die Interessen des Investitionsstandsorts Italien und die Schaffung sowie den Erhalt von Arbeitsplätzen in Italien in den Vordergrund stellt. Wer zur ital. Wertschöpfung in Italien durch Investitionen und/oder Anstellung von Fachkräften beiträgt, soll begünstigt werden. Systemrelevante Schlüsselindustrien sollen in Italien bleiben. Konkretisiert wird dies bspw. durch die sog. Investment Management Exemption bei fiskalischen Betriebsstätten, Vergünstigungen bei der Anstellung von Fachkräften aus dem Ausland oder bei der steuerlichen Vergünstigung von Veräußerungsgewinnen in sog. Steuerparadiesen, die nach Italien zurückgeführt werden oder die sog. Waffenruhe mit dem Fiskus – Pace fiscale.

Die Förderlandschaft ist komplex und umfangreich und von einer Reihe von miteinander verzahnten Rechtsvorschriften geprägt, die regelmäßig angepasst, ausgesetzt, wieder eingesetzt oder verlängert werden. Es bedarf deshalb immer einer Einzelfallprüfung zumeist durch einen Experten. Die Italienbüros der AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA verfügen über ein weites Netz an deutsch- und englischsprachigen

Vertrauenskanzleien und besten Kontakten zu den jeweilig zuständigen Betriebsansiedlungsagenturen vor Ort, die Investoren aus Österreich unterstützen.

Die Förderungen (siehe [Übersicht](#) und [Ministerium](#)) knüpfen bspw.

- an den Antragsteller (Unternehmensgröße wie bei der Startup- oder KMU-Förderung)
- an das Investitionsvolumen
- an die Branche (wie bspw. [Sonderfonds für Kunsthandwerk in Murano](#), den [Textile Innovation Cluster Biella](#) (siehe [LINK](#)) oder für die [Fashionbranche in Lecce](#))
- an die Tätigkeit (Projekte im Zusammenhang mit F&E, Digitalisierung, ökologische Nachhaltigkeit)
- an die Person (Förderung von weiblichen oder Jungunternehmertum, [Anstellungsförderungen für Heimkehrer, Frauen und junge Menschen](#))

Hinzu kommen die nicht strukturell und zeitlich begrenzten Abfederungsmaßnahmen zur Liquiditätsstärkung bzw. Sicherung (bspw. durch Stundungen, Erlass oder Ermäßigung von Verpflichtungen gegenüber der öffentlichen Hand oder durch Einrichtung von Sonderfonds, die bis zur Ausschöpfung von bestimmten Kategorien benutzt werden können).

Zumeist basieren die Förderungen auf Steuergutschriften, die mit Abgabenverpflichtungen (wie bspw. Einkommens-, Körperschafts- und Mehrwertsteuer) gegenüber dem Fiskus verrechnet bzw. aufgerechnet werden können. Zuweilen war bzw. ist eine Abtretung dieser Gutschriften möglich. Für Einzelunternehmer mit einem Umsatz von weniger als EUR 85.000 pro Jahr gibt es die Kleinunternehmerregelung FORFETTARIO mit einer Reihe von buchhalterischen und steuerrechtlichen Vorteilen.

Die [18App](#) für 18-Jährige wurde umgestaltet: 2 neue Boni wurden eingeführt, die auf Einkommen und Verdienst basieren. Es soll eine „Jugendkulturkarte“ für in Italien ansässige Haushalte mit einem Einkommen von bis zu 35.000 Euro geben, die im Jahr nach der Vollendung des achtzehnten Lebensjahres zugeteilt wird; außerdem eine „Carta di merito“ für diejenigen, die bei der Matura die volle Punktezahl von 100 erreichen. Die Karten haben einen Wert von jeweils 500 EUR und können kumuliert werden.

- [App18: Kulturbonus auch für 2023 gültig](#)

Seit 2014 gibt es in Italien einen Steuerbonus für die finanzielle Förderung der Kultur und der Kulturgüter. Es handelt sich um eine Steuergutschrift in Höhe von 65% von Spenden, die der Kulturförderung dienen. Anspruch auf die Steuergutschrift haben alle, die eine solche Spende den Vorschriften gemäß tätigen. Die Möglichkeit gilt folglich für Private ebenso wie für Unternehmen.

- [Artbonus - tax bonus for those who support culture](#)

Für Architekten und Gestalter sind ferner die Fördertools für die Bauwirtschaft von Belang (Wiedergewinnungsarbeiten, Möbel- und Sismabonus).

Die italienische Regierung Meloni hat eine radikale Überarbeitung des sog. „**Superbonus**“-Anreizsystems (110 %) für die Renovierung von Gebäuden und die Verbesserung der Energieeffizienz beschlossen. Hintergrund ist eine erhöhte Neuverschuldung des Landes, die mit der notwendigen neuen Verbuchung des Superbonus zusammenhängt und Kosten i.H.v. EUR 110 – 120 Mrd. verursachte.

Der Superbonus wird mit dem Haushaltsgesetz 2023 schrittweise auslaufen. Auch kann das Steuerguthaben soll künftig nicht mehr an Baufirmen oder Banken weitergegeben werden. Diese Entscheidung hat vor allem in der Bauwirtschaft für Irritationen gesorgt – siehe [Pressemitteilung Baukollegium - Superbonus-Stopp für Rechnungsrabatt und Kreditabtretung & Fachverband ANCE](#), weshalb evtl. mit Anpassungen und Nachjustierungen zu rechnen ist. Die Verbände pochen v.a. auf strukturelle Änderungen. Im Gespräch sind der soziale Wohnungsbau und Baumaßnahmen in Erdbebengebieten.

## 10. CHANCEN FÜR ÖSTERREICHISCHE UNTERNEHMEN

Mit einem Rekord-Handelsvolumen von über 26 Mrd. Euro hat Italien im Jahr 2022 seinen Rang als Österreichs zweitwichtigster Wirtschaftspartner (Importe und Exporte) nach Deutschland behauptet. Bei den Warenexporten hat Italien bereits im Jahr 2021 die USA als zweitwichtigsten Exportmarkt überholt. 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 59 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:

- [Emilia Romagna](#)
- [Friaul-Julisch Venetien](#)
- [Latium](#)
- [Lombardei](#)
- [Piemont](#)
- [Südtirol](#)
- [Venetien](#)

Wer am internationalen Parkett der Kreativszene erfolgreich sein 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.

Die italienische **Design- und Möbelbranche** liegt europaweit auf Platz Eins. 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. Andere renommierte Firmen wie [Poliform](#), [Minotti](#), [Cassina](#) und [Zanotta](#) bleiben auch für das Jahr 2021 auf der Top-Rangliste der besten Unternehmen Italiens.

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](#).

Potentielle Chancen für österreichische Firmen bieten auch **Lieferung von umweltbewussten und nachhaltigen 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.

Im Zuge von Sanierungsarbeiten am Gebäude angeschaffte Haushaltsgeräte (Kochfeld und Backofen, Kühlschrank, Geschirrspüler, Waschmaschinen und Wäschetrockner) und Möbel können mit dem „**bonus mobili**“ ebenfalls zu 50 % je Baueinheit in Abzug gebracht werden. Der Möbelbonus wird auf EUR 8.000,00 aufgestockt. Dies soll für die Jahre 2023 (2024 bleibt der Deckel von EUR 5.000) für die Anschaffung von Möbeln, aber auch von umweltfreundlichen Haushaltsgroßgeräten im Falle von Renovierungsarbeiten gelten. Der Steuerbonus muss in 10 gleiche Jahresraten aufgeteilt werden. Damit der Bonus in Anspruch genommen werden kann, müssen Arbeiten zur Wiedergewinnung durchgeführt werden und diese müssen im Vorjahr der Ankäufe von Möbel und Haushaltsgeräte begonnen haben. Beispiel: für den Möbelbonus im Jahr 2023 müssen Wiedergewinnungsarbeiten ab dem 01. Jänner 2022 begonnen haben. Der Einkauf von Möbeln für Wiedergewinnungsarbeiten, welche vor diesem Datum begonnen haben, sind nicht zulässig. – *sollte dies nicht ins nächste Kapitel?*

- **Bonus für Möbel & Haushaltsgeräte**

Daneben gibt es auch eine Reihe von regionalen Fördermaßnahmen, die insbesondere auch die Kreativwirtschaft betreffen. Genannt seien exemplarisch die folgenden regionalen und lokalen Initiativen für Investoren:

- **Region Lombardei - Creative industry - Regional law no. 29 of 23 November 2016 "Lombardy Is Research and Innovation" - Ausschreibungen im Kulturbereich in der Lombardei**
- **Südtirol Förderung von kulturellen Tätigkeiten und Investitionen - Der Fördertopf der Südtiroler Filmförderung**
- **Region Toskana – Modebranche Toskana**
- **Region Piemont - DESIGN AND CREATIVE INDUSTRY IN PIEMONTE - FASHION AND JEWELLERY IN PIEMONTE – Filmförderung Piemont**
- **Region Emilia Romagna - Culture and Creativity - Fashion**
- **Region Latium - Creative, Cultural & Digital Industries**
- **Region Friaul Julisch Venetien**
- **Invest in Verona - Invest in Milano – Startup Roma – Invest in Bologna**

## **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 bestätigt auf Rückfrage, eher durch Zufall als mittels strategischer Suche ihre Partner gefunden zu haben. Beim Erstkontakt, der z.B. über E-Mail 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 potenziellen Geschäftspartnern und steht beim weiteren Geschäftsaufbau beratend zur Seite.

### **Handelsvertreter**

Der italienische Markt lässt sich je nach Produkt für ausländische Firmen am besten mit einem lokalen 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 Italienisches Handelsvertreterrecht** des **AußenwirtschaftsCenter 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

Handelsvertreterrecht, kompakt und aus der Praxis zusammengestellt. Die Experten stehen ganzzeitig für individuelle Beratungen zur Verfügung, jede österreichische Firma profitiert von einem eigenen B2B-Corner.

Kontaktieren Sie das **AußenwirtschaftsCenter Mailand** für weitere Informationen.

### **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.

Das **AußenwirtschaftsCenter Mailand** unterstützt wir Sie bei Ihrem Markteintritt in Italien und bieten unsere maßgeschneiderten Serviceleistungen an, darunter:

- BUSINESSLEADS: maßgeschneiderte Selektion von branchenspezifischen Firmenkontakten.
- DIREKTKONTAKT: Vorstellung Ihres Unternehmens und Angebotes bei den richtigen Ansprechpartnern, via Telefon und Mail auf Italienisch.
- INDIVIDUELLE GESCHÄFTSREISE: Terminplanung und Unterstützung bei allen Stationen Ihrer Reise in Italien.
- EVENTORGANISATION: Organisation, Bewerbung und Durchführung Ihrer Veranstaltung in Italien – beispielsweise einer Pressekonferenz.
- SERIOSITÄTSCHECK: Sie möchten mehr über Ihre italienischen Businesspartnerinnen und – partner erfahren? Wir prüfen die Firmendaten für Sie.
- ÜBERSETZUNGEN: von Werbetexten, Produktinformationen, Dokumenten ...; außerdem Sprachservice bei Meetings, Messen etc.

Österreichische Unternehmen mit ihren innovativen Angeboten, mit technischer Expertise und internationalem Know How zeichnen sich branchenübergreifend durch Kreativität und Flexibilität aus. Sie sind gerade auch in Italien, dem großen Nachbarn vor der Haustüre, sehr gefragte, verlässliche Partner, mit denen nicht nur der eigene Markt, sondern auch die Weltmärkte erobert werden können.

Besonders in unsicheren Zeiten bewährt sich diese stabile, enge Nachbarschaft zwischen den beiden Ländern und zeigt eine neue Dynamik - wie die Zahlen eindrücklich beweisen. Österreich und Italien zeigen damit auf, wie gemeinsam Stärken gebündelt und weiterentwickelt werden können, um nachhaltig Innovationen zu schaffen und damit auch in der Kreativwirtschaft eine Vorreiterrolle spielen zu können.

## 11. FACHMESSEN und WICHTIGE TERMINE

### **BEKLEIDUNG UND TEXTILIEN**

#### **MILANO UNICA**

Internationale Fachmesse für Textil- und Bekleidungszubehör | Mailand

2-mal jährlich – Januar, Juli

**W** [www.milanounica.it/it](http://www.milanounica.it/it)

#### **WHITE**

Tradeshow for women's collections and the leader | Mailand

2-mal jährlich – Februar, September

**W** [www.whiteshow.it/](http://www.whiteshow.it/)

#### **MODA MAKERS**

International Private and White Label Women's Fashion Trade Show | Modena

2-mal jährlich – Mai, November

**W** <https://modamakers.it/en/>

#### **PITTI IMMAGINE UOMO**

Fashion und New Trends - Herren | Firenze

2-mal jährlich – Januar, September

**W** <https://uomo.pittimmagine.com/>

#### **PITTI IMMAGINE BIMBO**

Fashion und New Trends – Kinder | Firenze

2-mal jährlich – Januar, Juli

**W** <https://bimbo.pittimmagine.com>

### **HOCHZEITSMESSEN**

#### **SÌ SPOSAITALIA COLLEZIONI**

Kreative Mode und Accessoires für die Hochzeit | Milano

April – jährlich

**W** [sposaitaliacollezioni.fieramilano.it/](http://sposaitaliacollezioni.fieramilano.it/)

#### **TUTTO SPOSI FIRENZE**

Mode und Accessoires für die Hochzeit | Firenze

September – jährlich

**W** <https://tuttosposifirenze.it/>

### **HEIMTEXTILIEN, GARNE, usw.**

#### **FIRENZE HOME TEXTSTYLE**

Internationale Fachmesse der Heimtextilien | Florenz

Februar – jährlich

**W** <https://firenzehometextstyle.com/en>

#### **PROPOSTE**

Textilien für Einrichtungen und Vorhänge | Villa Erba, Como

April - jährlich

**W** <https://www.propostefair.it/>

### **FILO**

Internationale Fachmesse für Garne | Mailand  
Februar - jährlich

**W** <https://filo.it/en/>

### **PITTI IMMAGINE FILATI**

Knitting Yarn Industry | Firenze  
2-mal jährlich – Januar, Juni

**W** <https://filati.pittimmagine.com/>

### **SCHMUCK**

#### **VICENZA ORO**

The Jewellery Boutique Show | Vicenza  
2-mal jährlich – Januar, September

**W** <https://www.vicenzaoro.com/en/>

#### **HOMI FASHION & JEWELS**

International Fashion Accessoires and Bijoux | Mailand  
2-mal jährlich – Februar, September

**W** <https://www.homifashionjewels.com/en/>

#### **OPEN TARI**

International Fashion Accessoires and Bijoux | Marcianise (CE)  
Jährlich im März (Preview), Mai, Oktober

**W** <https://preview.tari.it/>

#### **ORO AREZZO**

International Jewelry Exhibition | Arezzo  
Mai - jährlich

**W** <https://www.oroarezzo.it/en/>

### **SCHUH- UND LEDER / ACCESSOIRES**

#### **THE MICAM**

Internationale Messe für Schuhwaren | Mailand  
2-mal jährlich – Februar, September

**W** <https://themicam.com/en/>

#### **MIPEL**

Internationale Messe im Lederbereich | Mailand  
2-mal jährlich – Februar, September

**W** <https://mipel.com/en/>

#### **THE ONE MILANO**

Fachmesse für Leder und Pelzwaren | Mailand  
Februar - jährlich

**W** [www.theonemilano.com](http://www.theonemilano.com)

**LINEAPELLE**

Internationale Fachmesse für Leder und Waren | Mailand  
2-mal jährlich – Februar, September

W <https://www.lineapelle-fair.it/en>

**EXPO RIVA SCHUH**

Internationale Fachmesse für Schuhe | Riva del Garda  
2-mal jährlich – Januar, Juni

W <https://exporivaschuh.it/de>

**MIDO**

Eyewear Show | Mailand  
Februar - jährlich

W <https://www.mido.com/en/>

**DESIGN und ARCHITEKTUR****SALONE DEL MOBILE DI MILANO**

Fachmesse für Einrichtung  
RhoFiera Milano - jährlich

W <https://www.salonemilano.it/en>

**FUORISALONE**

Alles rund um den Salone in der Stadt Mailand

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

**BIENNALE DI VENEZIA**

Venedig – alle zwei Jahre

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

**MCE – Mostra Convegno Expocomfort**

Mailand – alle zwei Jahre

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

**KLIMAHaus**

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

Bozen - jährlich

**CERSAIE**

W <https://www.cersaie.it/en/index.php>

Bologna - jährlich

**VENICE DESIGN WEEK & VENICE GLASS WEEK**

W <https://venicedesignweek.com/>

W <https://theveniceglassweek.com/>

Venedig - jährlich





AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA

AUSSENWIRTSCHAFTSCENTER MAILAND

Piazza del Duomo, 20

20122 Mailand

Italien

T +39 02 87 90 911

E [mailand@wko.at](mailto:mailand@wko.at)

W <https://wko.at/aussenwirtschaft/it>

