



**2019 feiert Kartell sein 70-jähriges Jubiläum mit einem besonderen Programm an Aktivitäten** - eine Kombination aus neuen, technologisch innovativen Produktfamilien und kulturellen Veranstaltungen, welche zum einen die Design-Historie des Unternehmens aufzeigen, zum anderen aber auch den Blick ganz deutlich in die Zukunft richten. Der Leitgedanke von Kartell ist **Entwicklung** - in einem kontinuierlichen Dialog zwischen Kreativität und technologischem Fortschritt. Dieses grundsätzliche Commitment ist ein wesentlicher Bestandteil der DNA und des Wachstumsprozesses von Kartell, das den Anforderungen an modernes Wohnen und nachhaltiges Handeln gerecht wird.

**In seiner siebzigjährigen Geschichte hat Kartell der Forschung, Innovation und der sich stets weiterentwickelnde Technologie immer besondere Aufmerksamkeit gewidmet.** Qualität, Design und das industriell gefertigte Produkte sind die Eckpfeiler einer Entwicklung, die - ausgehend von funktionellen Haushaltsobjekten - die Geschichte des Nachkriegsdesigns revolutioniert hat. Kartell gehört heute zu den technologisch führenden Design-Unternehmen und steht für innovative Produkte, die neue Produktionstechnologien und neuartige Materialien wie Carbon oder Biopolymer verbinden. Die Historie von Kartell ist eng mit dem Engagement und der Leidenschaft von nunmehr drei Generationen verflochten, die sich der Entwicklung der Marke verschrieben haben. Heute verfügt Kartell über 150 Flagship Stores, 850 Kartell-Stellplätze und 1.500 Kunden in der Welt.

**Kartell wurde 1949 von Giulio Castelli gegründet** und hat in jenen ersten Jahren die Grundlagen für eine Design-Marke geschaffen, die zu einem der Hauptvertreter des „Made in Italy“ werden sollte. Rund um das Unternehmen kreisen von Anfang an die großen Namen des Designs und der Architektur, allen voran Anna Castelli Ferrieri, Ehefrau von Giulio und eine der ersten Architektinnen. Und weiter Gino Colombini, Achille und Pier Giacomo Castiglioni, Joe Colombo, Marco Zanuso, Gae Aulenti, Richard Sapper, Giotto Stoppino und Ignazio Gardella. Kartell hat zudem in den 70er Jahren ein Innovationszentrum für Kommunikation unterhalten, ein weiteres Element, das eng mit der Marke und dem Entwicklungsprozess der Produkte jener Jahre verbunden war.

**1988 übernimmt der bis dahin in der Mode tätige Claudio Luti**, Schwiegersohn von Giulio und Anna Castelli, das Unternehmen. Seine in der Maison Versace erworbene Sensibilität, sein Streben nach Perfektion und sein ausgeprägter Sinn für Stil verleihen der Marke Kartell neue Vitalität. Luti engagiert Designer und Architekten wie **Philippe Starck, Ron Arad, Antonio Citterio, Ferruccio Laviani, Piero Lissoni, Patricia Urquiola, Mario Bellini, Alberto Meda und Vico Magistretti**. Damit entstehen jene Produkte, die bald zum Identitätsträger für die Marke werden sollen. Ein neues Materialkonzept gibt den Kurs vor und bewirkt entscheidende Momente in der Geschichte von Kartell: Aus der besonderen Verarbeitung und Modifizierung des Werkstoffs entsteht ein Produkt, das zwar ganz aus Kunststoff besteht, aber bisher unerreichte Merkmale besitzt. Der Stuhl Maui, das Bücherregal Bookworm, die Servierwagen Battista und Gastone oder der Rollcontainer Mobil sind Produkte, die mit Althergebrachtem brechen und sich dank ihrer großen Innovationskraft durchsetzen.

Der große Durchbruch kommt, als Kartell nach jahrelanger Forschung und dank einer bahnbrechenden Innovation **1999 als erstes Unternehmen der Welt Einrichtungsgegenstände aus Polycarbonat herstellt**. Das erste Produkt ist La Marie, ein völlig transparenter Stuhl in modernem, minimalistischem Design. Es folgt **Louis Ghost, der noch heute einer der Bestseller von Kartell ist**. Ab diesem Moment entwickelt Kartell das Thema der Transparenz, mit dem es seine Einzigartigkeit und Originalität besiegelt hat, konsequent weiter. Weitere Studien zu Formen und Oberflächen unter Einsatz neuer Technologien und leistungsstarker Materialien erlauben die Herstellung von Produkten wie dem Stuhl Masters oder dem superleichten High-Tech-Stuhl Piuma mit Carbonfasern. Eines der neuesten Modelle ist der **Stuhl SmatriK**, dessen innovatives Spritzgussverfahren eine dreidimensionale Struktur erlaubt. Neben dem Geschäftsbereich Habitat schreibt Kartell auch mit Lighting ein neues Kapitel der Geschichte des Lichtdesigns. Leuchten wie FL/Y, Bourgie, oder die jüngeren Battery, Planet, Kabuki, Lantern und Space definieren den unverkennbaren Stil der Marke.

**Heute ist Kartell ein zukunftsorientiertes Unternehmen, das nun neben Claudio Luti auch von der Tochter Lorenza und dem Sohn Federico geführt wird**, die beide nach dem Studium zunächst in anderen Unternehmen Erfahrungen gesammelt haben und nun die Abteilungen Marketing und Retail bzw. Vertrieb leiten.



Das Unternehmen Kartell hat sich um neue Geschäftsbereiche und neue Produktfamilien erweitert und weitere Linien wie **Soft** und **Outdoor** eingeführt. Die Entwicklung schreitet weiter, indem neben dem Kunststoff stetig mit neuen Materialien und Technologien experimentiert wird.

Die Geschichte eines Unternehmens zu erzählen bedeutet auch, seine Strategie nachzuvollziehen, die Etappen seiner Entwicklung und seines Images zu analysieren. **Über siebzig Jahre hinweg ist es Kartell gelungen, seiner Mission treu zu bleiben und zugleich wandlungsfähig zu sein, sowie Veränderungen und Bedürfnisse eines internationalen Marktes und einer internationalen Kundschaft vorwegzunehmen.** Kartell hat als Erster Kunststoff für die Einrichtung verwendet, hat sich im oberen Marktsegment positioniert und mit Farbe gespielt, die Transparenz „erfunden“ und dann auch textile Produkte aufgenommen. Kartell hat mit Mode-Designern gearbeitet und mit Künstlern von internationalem Rang - von Bob Wilson bis zu Lenny Kravitz. Kartell hat Mode-Kollektionen mit Normaluisa, mit Alessandro dell'Acqua für N°21, mit Moschino, Christian Lacroix und Paula Cademartori kreiert. Zudem bietet Kartell inzwischen auch Produkte der Sparten Tischkultur und Bad sowie Raumdüfte an.

**Zur Illustrierung all dessen hat Kartell 1999 zum fünfzigsten Jubiläum ein Museum eröffnet,** das von der außerordentlichen Verbindung zwischen Kunststoff und Design erzählt und 2015 neugestaltet wurde. Das von Anna Castelli Ferrieri und Ignazio Gardella entworfene Museumsgebäude umfasst 1000 Objekte und nimmt innerhalb des Werksgeländes in Noviglio rund 2500 qm ein. Die originelle, von Ferruccio Laviani konzipierte Ausstellung ist für den Besucher klar strukturiert: Die auf drei Stockwerke verteilte Sammlung ist in chronologischer Reihenfolge ausgestellt und auf einer Übersichtstafel nach folgenden Makrobereichen geordnet: Events, Design, Technologie und Kommunikation.

Während Kartell seine Geschichte im Werksmuseum erzählt, **illustriert die Marke ihre Gegenwart mit einer intensiven, eklektischen Kommunikationsarbeit:** Ausstellungen, Szenografien, Events und Co-Marketing, unter Einbeziehung sowohl der Geschäfte in aller Welt als auch der Social-Media-Kanäle. Das heutige Kartell ist ein zukunftsorientiertes, internationales und technologisches Unternehmen mit besonderem Augenmerk auf die Entwicklung des Retail- und Onlinevertriebs, auf den Kundenservice und auf den Ausbau des Contract- Segments. In den letzten Jahren war die Kommunikation von Kartell stark online fokussiert, mit dem offiziellen Webauftritt der Marke, deren Seiten eine stetige Zunahme der Fans und eine hohe Quote an Partizipation und Interaktion verzeichnen. Das bezeugt die Empathie der Öffentlichkeit mit Kartell und seinen Produkten.

**Die Monobrand-Shops dienen gewissermaßen als Verstärker der Marke,** etwa mit ihrem vier bis sechs Mal jährlich wechselnden Merchandising oder den Begleitveranstaltungen zum „Salone del Mobile“. Das Netz der eigenen oder in Franchising geführten Stores wächst kontinuierlich durch immer strategischere Neueröffnungen in führenden Ländern weltweit. **Die Strategie von Kartell setzt seit jeher auf die Kombination verschiedener Vertriebskanäle** und auf ein markengerechtes Käuferlebnis on- und offline. Die E-Commerce-Plattform wurde 2014 lanciert. Das direkte und indirekte Online-Vertriebsnetz ist global, und heute geht Kartell auch neue Partnerschaften für China und die USA ein.

**Ein zentrales Anliegen für Kartell ist heute auch das starke Engagement für Nachhaltigkeit und Umweltschutz, das mit dem Industriemanifest „Kartell loves the Planet“ zum Ausdruck kommt.** Die Leidenschaft für Exzellenz, die die Entwicklung von Kartell seit seiner Gründung bestimmt hat, hat dazu geführt, dass sich das Unternehmen auf die Verantwortung für die Umwelt und auf die Beachtung von Nachhaltigkeitspraktiken konzentriert hat. In der gesamten Produktionskette setzt sich Kartell für den Schutz der Umwelt und die Einhaltung von Nachhaltigkeitsvorschriften ein. Täglich setzt sich Kartell direkt und uneingeschränkt dafür ein, seine eigene Geschichte zu begründen und aufzubauen, die Geschichte seiner Produkte, die dank Partnerschaften und Investitionen in technologische Innovation, dank kreativer Lösungen und neuer, immer leistungsfähigerer und umweltfreundlicherer Materialien konzipiert und gestaltet werden.

#### Weitere Informationen:

Kartell - International Press Office - Tel. +39.02.900121 - Email: [press@kartell.it](mailto:press@kartell.it)