

FRANCESCO ROTA



Portrait: Adriano Brusaferrri

Francesco Rota (Jg. 1966) studierte am Art Center College of Design in La Tour de Peilz, Schweiz. 1998 gründete der Designer sein Studio in Mailand und entwickelt seither Strategien, Konzepte und Produkte für Kunden wie Paola Lenti, Lapalma und Lema. Er ist in den Bereichen Produkt, Möbel, Licht und Innenarchitektur tätig. Seit 2013 ist Rota Kreativdirektor bei Lapalma. www.francescorota.com

Francesco Rota ist Designer aus Leidenschaft und arbeitet für nur wenige Firmen, die er gezielt aussucht. Es geht ihm dabei um dauerhafte Arbeitsbeziehungen, die es ihm erlauben, in den Designprozess tief einzutauchen.

Sie machen kein Geheimnis daraus, dass Sie über Umwege Designer geworden sind. Wie kam es dazu? Schon als Jugendlicher habe ich gerne gezeichnet. Meine Mutter war Modedesignerin, mein Vater war Inhaber eines Versicherungsbüros. Seine Vorstellungen waren eher pragmatisch. So studierte ich zuerst Politikwissenschaften, brach aber gleich wieder ab und arbeitete einige Jahre ebenfalls in der Versicherungsbranche. Mit 25 wollte ich nicht mehr.

Wie ging es weiter?

Inzwischen war mir klar geworden, dass mein Interesse dem Design galt. Ich wollte weg, Mailand verlassen und ins Ausland. Das Studium sollte nicht zu lange dauern, da ich bereits Mitte Zwanzig war. Ich hörte vom Art Center College of Design in Pasadena.

Doch Kalifornien war weit entfernt und teuer. Das College hat einen Sitz im schweizerischen La Tour de Peilz, und das war meine Chance.

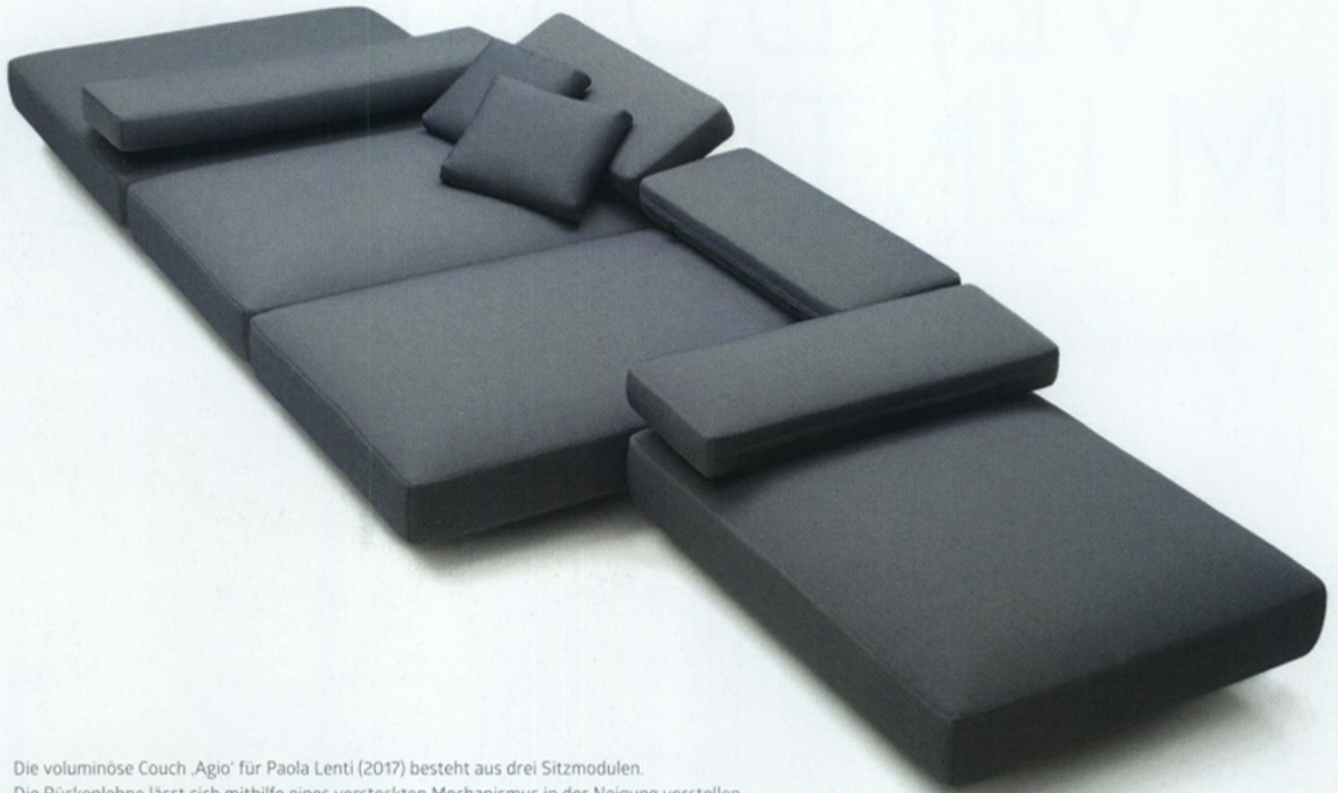
Ihr erstes Erfolgserlebnis als Designer?

Die ersten Jahre zurück in Mailand waren nicht einfach. Eher zufällig entstand der Kontakt zu einem Schlauchboothersteller, der einen Designer suchte. Das war mein erstes Erfolgserlebnis – endlich jemand, der mich ernst nahm und der mich brauchte.

Wie kam der Schritt vom Schlauchboot zu Polstermöbeln?

Durch einen Freund, Gianluca Bernini, hatte ich Accessoires für die kleine Firma Progetti entworfen. Er stellte mir Paola Lenti vor, die angefangen hatte, Vasen und Teppiche herzu-

„Es geht darum, genau das zu entwickeln,
was ein Unternehmen braucht“



Die voluminöse Couch ‚Agio‘ für Paola Lenti (2017) besteht aus drei Sitzmodulen.
Die Rückenlehne lässt sich mithilfe eines versteckten Mechanismus in der Neigung verstellen.

stellen. Sie suchte jemanden, der lässige Sitzmöbel aus Filz für Sie entwarf. So entstand ‚Atollo‘, ein einfaches, niedriges Sofa mit kantiger Form und ‚Linea‘, eine Chaise Longue.

Sie arbeiten eng mit den Firmen zusammen und entwickeln Strategien und Konzepte. Wie geht das? Die Sitzmöbel für Paola Lenti hatten zwar Erfolg, waren aber Nischenprodukte. Ich begann, für die Firma mitzudenken und stellte mir Fragen: Was fehlt im Katalog? Welche Materialien könnten wir verwenden? Für welchen Markt? Auf der Suche nach etwas Neuem kam ich auf Outdoor. Ich wollte die Bequemlichkeit des Interior Living in den Außenraum bringen. Auch das Material sollte neu sein. Ich entwickelte ein grobes, farbiges Flechtwerk aus Schoten – ein

Geflecht, das in der Nautik verwendet wird – wetterfest und lichtbeständig. Ich bat Paola Lenti, mit diesem Ansatz, ein Textil zu entwerfen.

Was ist Ihnen als Art Director wichtig? Die Unternehmensstrategie, denn sie definiert die Projekte. Für Lapalma sollte ich anfangs als Designer arbeiten. Doch das Unternehmen, ein italienischer Hersteller für Objekteinrichtung aus der Nähe von Padua, brauchte mehr: einen Art Director. Die Anforderungen waren vielseitig: Konzeption, Produktdesign, Kataloge, Messepräsentation. Zuerst habe ich ein Konzept und vier Produktlinien erarbeitet. Ich sah die Notwendigkeit, die Produkttypologien zu erweitern, denn allein 50 Prozent des Umsatzes wurden mit dem Verkauf eines Hockers erzielt, vorwiegend auf dem

deutschen Markt. Auch bei Lema lässt man mir viel Freiraum, obwohl ich „nur“ als Designer arbeite.

Sie arbeiten mit wenigen Firmen, aber dafür eng und dauerhaft mit ihnen zusammen. Warum? Nur gegenseitiges Vertrauen, Offenheit sowie eine bewährte, langfristige Zusammenarbeit ermöglichen es, im Designprozess tiefer zu gehen. Es geht nicht darum, ein beliebiges Produkt für irgendeine Firma zu entwerfen, sondern genau das zu entwickeln, was das jeweilige Unternehmen braucht, in Hinblick auf die Typologie, die Zielgruppe, das Material und die Ästhetik.

Woran wollen Sie in Zukunft arbeiten? Zwei für mich neue Bereiche: Bad und Elektronik. ←