

text | andreas tölke  
foto | martin mai

# VERGANGENHEIT UND ZUKUNFT

## Andreas Tölke im Gespräch mit Nino Cerruti

### Herr Cerruti, haben Sie Ihr ganzes Leben in Biella verbracht?

Ich war mein ganzes Leben offiziell Bürger der Stadt, aber über 33 Jahre habe ich die meiste Zeit in Paris verbracht und war einmal die Woche hier. Es ist ja nur eine Stunde von Mailand.

### Vermissen Sie die Modewelt?

Nein. In 33 Jahren habe ich meinen Beitrag geleistet, ich habe in dem Bereich alles erledigt.

### Hier in Biella war immer Ihre Weberei. Saßen Sie also dauernd im Flieger?

Das ist einer der Nachteile, den das „moderne Leben“ so mit sich bringt. Denn in der Regel muss ja nur einer im Flugzeug eine Erkältung haben und nach dem Flug sind dann alle krank.

### So ganz sind Sie nicht aus der Modewelt verschwunden. Immerhin beliefern Sie Labels wie Boss und auch Ihre ehemalige eigene Marke Cerruti.

Ja, aber ich muss mich nicht mehr um Shows, um Presse, um Schnitte und Kollektionen kümmern. Was wir hier machen, ist hochwertiges, kreatives Handwerk. Seit 1881.

### Warum sind Sie trotz der Nähe niemals in das Modeepizentrum Mailand gezogen?

Mailand ist eine schreckliche Stadt – nicht nur was die Verschmutzung angeht. Das Agglomerat an „wichtigen“ Leuten wird überall immer ähnlicher. Wenn man Unterschiede sehen will, muss man heutzutage in die kleinen Städte gehen. Ich hasse zum Beispiel Hochhäuser, für mich sind die unmenschlich.

### Gibt es Beispiele moderner Architektur, die Sie beeindruckten?

Mir gefällt es nicht, wenn auf Gedeih und Verderben versucht wird, irgendein merkwürdiges architektonisches Statement zu machen, wenn die Kreativen den Bodenkontakt verlieren. Bei Zaha Hadid habe

ich immer so meine Zweifel, weil sie dauernd versucht zu überraschen. Vor ein paar Jahren haben wir in Frank Gehrys Guggenheim Museum in Bilbao ein Parfum präsentiert und ich fand das Gebäude wunderschön. Für Wohnhäuser ist diese Form von Architektur viel zu extrem.

### Was ist denn wichtig im „normalen“ Bereich?

Es gibt immer mehr Situationen, in denen wir darauf achten müssen, was wir uns selber antun. Es ist eine gefährliche Einstellung, wenn wir auf Dauer zu leere Hüllen werden, die sich mit vermeintlich extravaganteren Dingen umgeben. Es gibt zum Beispiel im Interieur-Bereich Designer, die kleine Tiere zu Gegenständen transformieren. Dabei werden zu viele Konzessionen an den Überraschungseffekt gemacht. Die Campana-Brüder aus Brasilien sind die Meister darin.

### Oft sind in Wohnungen diese Dinge wie Preziosen arrangiert, die aus dem eigentlichen Stil ausbrechen.

Vielleicht bin ich zu altmodisch. Dinge mit Klasse, die elegant sind, sind für mich noch immer die ästhetische Form, die am besten den Stil eines Menschen ausdrückt. Wir machen zu viele Konzessionen. Wir behandeln diese Dinge wie reine Kunst. Für Kunst ist es „normal“, Grenzen zu überschreiten. 1920 hat Picasso eine Frau mit einem Auge hier und dem anderen dort gemalt – das war revolutionär und hat die Kunstwelt verändert. Wir mussten mit solchen Frauen ja auch nie ausgehen.

### Was stört Sie denn so an modernem Design?

Dass die Dinge einem immer vermitteln wollen: Wenn du das nicht verstehst, bist du blöd. Es wird zu sehr darauf angelegt, den Konsumenten einen Komplex einzureden. Wenn etwas anders ist, sei es per se positiv. Das stimmt natürlich nicht.

### Eine rasend schnelle Bilderflut à la MTV-Videoästhetik ist für uns doch Alltag?

Das schafft natürlich auch eine neue Sensibilität, eine neue Wahrnehmung. Aber: Wir dürfen unsere Kapazität nicht überbeanspruchen.

chen. Es gilt zu unterscheiden zwischen diesen Dingen und solchen, die bleiben, die eine Balance in unsere Welt bringen. Das übergehen wir viel zu oft für den kurzfristigen „Kick“. Ich mag eine Evolution, die im Kontext der Geschichte steht, und nicht eine, die Bocksprünge macht.

**Andererseits war Avantgarde immer schockierend und sollte es auch sein.**

Aber schauen Sie: Es gibt etwa die Kunst von Damien Hirst. Ein Stück Roastbeef in Formaldehyd zu Kunst zu stilisieren, ist wahrlich eklig. Ekel ist natürlich eine Emotion, aber ich sehe den Punkt nicht, an dem wir das Gefühl von Ekel kultivieren sollten. Es heißt ja nicht, dass es schlechte Künstler sind. Es heißt nur, dass sie nicht mit den persönlichen Vorlieben und dem Geschmack korrespondieren.

**Das ist ein spannender Punkt: Wie entwickelt man das Selbstbewusstsein, sich für oder gegen etwas zu entscheiden?**

Ganz oft ist die kontinuierliche Konfrontation mit den ästhetischen Phänomenen eine komplette Überforderung. Es ist beinahe unmöglich, zu allem eine fundierte Meinung zu haben, sich mit den Künstlern intensiv auseinanderzusetzen, bei den Designern zu wissen, wie deren Entwicklung war und warum sie etwas so umsetzen, wie sie es tun. Also passt man sich aus Sicherheit dem generellen Trend in seiner Meinung an.

**Widerspricht das nicht dem vorherrschenden Gefühl, dass wir alle Individualisten sind?**

Es hat noch nie eine Zeit gegeben, die weniger individualistisch war. Nach all den Jahren, in denen es mich fasziniert hat, dem Ganzen vorweg zu laufen, gefällt es mir sehr gut, eine Balance zwischen der Vergangenheit und der Zukunft herzustellen.

**Noch einmal zu den kulturellen Identitäten: Bis in die 90er-Jahre galten Italiener als modisch kaum nachahmbar – besonders Männer. Heute kann man sie an einem Flughafen nicht mehr unterscheiden.**

In irgendwelchen Sportswear-Klamotten herumzurennen, vermittelt die Illusion von individueller Freiheit und Lässigkeit. Aber ein Flughafen voll mit Männern in grauen Anzügen ist auch kein Ausdruck von Individualität. Das war nur eine andere Uniform, die von einem männlichen Prinzip geleitet wurde: Wir müssen uns innerhalb der Regeln verhalten. Versuchen Sie heute mal jemandem, eine Regel zu vermitteln. Er wird sofort opponieren. Das Ergebnis ist sichtbar. Die Regel ist, keine Regeln zu haben. Dabei gibt es Stil, auch wenn man sich casual kleidet.

**Und Sie outen sich als Fan von Regeln?**

Ich will gar nicht eine Periode als die Bessere hinstellen. Aber ich mag eine Form von Harmonie, die herrschte und die es nicht mehr gibt.

**Hat Harmonie etwas mit einem moralischen Konsens zu tun?**

Mit Sicherheit. Aber wer heute moralisch auftritt, bekommt sofort das Label „old-fashioned“ verpasst. Deshalb werden auch so viele neue Ansichten sofort übernommen, nur damit man die alten Prinzipien über Bord werfen kann. Ganz besonders wenn man sich den Umgang mit der Natur anschaut; es gibt keinen Respekt gegenüber den Ressourcen. Wir leben „S&S“ – „Sex & Shopping“. Gebt den Menschen Sex und Shopping und sie denken, es fehlt ihnen an nichts.

**Doch die Museen verzeichnen Besucherrekorde und die Galerien boomen.**

Gut daran ist, dass es eine Begeisterung für Dinge gibt, die nicht trivial sind. Aber das ist einer der sehr seltenen Momente, der ein wenig Hoffnung gibt. Und es sind junge Leute, die sich dafür begeistern.

Baleri Italia: Sessel Sumo,  
Design: Xavier Lust

**Als Resümee war das bis jetzt ja ein ganz schön deprimierendes Gespräch – es geht ganz schön bergab...**

Es sind einfach nur wahnsinnig schwierige Zeiten und ich fühle mich zuweilen ein wenig isoliert bei der vorherrschenden Stimmung.

**Elite hat sich immer isoliert.**

Das war anders. Es war Fakt, dass der Großteil der Elite eine Erziehung genossen hat, die nur wenigen zugänglich war und einhergehend mit ganz bestimmten Privilegien. Aber für alle galt der gleiche moralische Konsens. Heute existiert der Konsens nicht mehr – S&S, Sex und Shopping, hat ihn ersetzt. Wer heute wie damals nur damit beschäftigt ist zu überleben, kann auch kaum etwas anderes entwickeln.

**Zumindest vom Shopping profitieren Sie auch. Wie können Sie mit dem Spagat leben, wenn es Ihnen so zuwider ist?**

Es ist eine Frage der Proportionen. Wenn der gesamte Rest in Vergessenheit gerät, geraten viele Eigenschaften, die Menschen auszeichnen, in Vergessenheit. Wir ersetzen den ganzheitlichen Menschen durch das, was er macht, welchen Job er hat und wie viel Macht damit verbunden ist. Produkte haben angefangen, uns zu dominieren und ein Eigenleben zu entwickeln. Das Gefühl, das damit einhergeht, ist Gier.

**Ein Phänomen des Spätkapitalismus?**

Richtig. Aber gerade in Europa hat er den meisten Menschen eine bessere Ausbildung ermöglicht und erlaubt, ganz unterschiedlichen Interessen nachzugehen. Die momentane Krise ist eine ökonomische Krise, die für mich ein Krieg ist. Ohne dass ein Gewehrschuss fällt.

**Was ist Ihre Vision?**

Es wird nicht für alle die gleichen Lebensumstände geben. Es wird lange genug dauern, bis es Gegenden, in denen es Menschen richtig schlecht geht, besser gehen wird – was zu hoffen ist. Aber wenn alle den gleichen Lebensstandard wie in Europa haben, ist die ökologische Katastrophe perfekt. Es gibt zu viele Menschen auf der Welt, als dass das noch möglich wäre. Und es wird kein politisches System geben, das dieses Dilemma lösen kann.

**Wenn ich Ihnen richtig folge, ist der grassierende Individualismus eine der neuen Todsünden?**

Leider – und das ist ein falsches Signal der Amerikanisierung. Jeder kann es schaffen – das ist ein Mythos, den jeder Einzelne mit Frustration bezahlt. Aber wir glauben immer noch an die Botschaft der Erfüllbarkeit aller Träume. Der französische Philosoph André Malraux hat ganz richtig gesagt: Das 21. Jahrhundert wird ein spirituelles oder es wird das Ende. Unsere Spiritualität basiert immer noch auf dem Gedanken, dass Frauen glücklich werden, wenn sie sich noch eine Handtasche kaufen. Für mich ist das positive Resümee, dass das Ende so weit entfernt ist, dass es mich nicht mehr berührt.

**Mit all diesem Wissen und diesen Gedanken – wie können Sie da in einer Industrie arbeiten, die das unterstützt, was Sie gefährlich finden?**



baleri italia



Baleri Italia: Stuhl Valentina C,  
Design: Maurizio Galante

Ich habe versucht, auf eine solche Weise zu arbeiten, dass eine wunderbare Zusammenarbeit in der Firma möglich ist. Darauf bin ich sehr stolz. An vielen Punkten ist das vielleicht nicht effektiv genug, aber es erfüllt alle, die hier arbeiten. Ich versuche, gute Produkte anzubieten, die im Kontext dessen stehen, was ich wichtig finde, und die meinen Respekt vor den Möglichkeiten ausdrücken. Dinge, die schön sind, die ein bestimmtes ästhetisches Niveau haben. Mir gibt es das Gefühl, dass ich nicht konterkariere, was meine Überzeugungen sind. Mit allen dazu gehörigen Nachteilen, denn die Business-Welt führt einen ganz eigenen Krieg. Für mich ist Familie ein hoher Wert. Mein Vater starb, als ich 19 war. Ich habe ab diesem Zeitpunkt das gemacht, was normalerweise ein Familienoberhaupt macht.

**Das bringt mich zu einer sehr pragmatischen Frage: Sie haben das Designhaus Baleri gekauft. Wie kam es dazu?**

Mich faszinieren neue Aufgaben. Mich stimulieren Situationen, die viel Einsatz und Kreativität erfordern. Die Mode musste ich aufgeben, weil der Name Cerruti für den Bereich verkauft wurde. Und mich hat der Gedanke bewegt, dass ich in der Mode nah am Menschen war und jetzt mit Baleri die Umgebung von Menschen beeinflusse. Es ersetzt also meine „Modephase“.

**Im Baleri-Shop findet man Entwürfe vieler unterschiedlicher Designer. Ist die Abkehr vom monothematischen Designer-Diktat auch ein Trend?**

Bis vor zehn, 15 Jahren waren die Modelabels alle von den Designern, die das Label führten, dominiert. Gucci war für einige Jahre Tom Ford. Dann gab es einen Generationswechsel, und die Namen

traten hinter die Brands zurück. Heute wissen doch die wenigsten, wer die Gucci-Chefdesignerin ist. Im Produktdesign gab es bis vor kurzem keine Stars, und auch heute noch ist es nicht „common sense“ zu wissen, welcher Stuhl von welchem Designer ist. Das ändert sich gerade. Die Produktdesignwelt war immer sehr offen für Kollaborationen. Bei Baleri stammen viele Entwürfe noch aus den vergangenen Jahren – immerhin existiert die Marke seit den 80ern –, und viele Entwürfe entstehen mit neuen Designern.

**Warum haben Sie nicht eine neue Firma gegründet?**

Es gab eine gut funktionierende Basis, und das Unternehmen wird künftig zu Baleri-Cerruti. Denn international gesehen ist Baleri beinahe unbekannt, Cerruti dagegen ein eingeführter Name.

**Was charakterisiert die Marke?**

Sie ist contemporary, elegant, doch immer mit einem gewissen Witz. Aber es gibt keine komischen Tiere, die zu Möbeln werden. Vieles ist für Singles. Singles verändern gern und oft ihr Umfeld und sind offen für Inspirationen. Es geht in vielen Lebensbereichen nicht mehr darum, rein funktionale Möbel zu gestalten, sondern Möbel, die eine Atmosphäre schaffen.

**Die Ausrichtung scheint sehr italienisch, elegant.**

Für mich ist Eleganz eine gute Rede. Derselbe Inhalt, mit ungelungen Worten formuliert, kann das Gleiche vermitteln, aber man hört lieber demjenigen zu, der die Sprache beherrscht. Doch jeder verbindet mit „schön“ etwas anderes, sonst wären diese „Insektenmöbel“ nicht so erfolgreich.

**Die Macht des Skandalösen?**

Die Hiltonkette ist für eine unvorstellbare Summe verkauft worden. Mein Sohn sagte dazu: Siehst du, das haben die Skandale um – wie ist noch ihr Name, ach ja – Paris Hilton geschafft. Wenn die Werte einer Gesellschaft sich nach diesem Prinzip richten, wo ist dann das Ende der Fahnenstange?

[www.baleri-italia.com](http://www.baleri-italia.com)

**Nino Cerruti, geboren 1930 im italienischen Biella, studierte zunächst Politologie. Als sein Vater, ein Textilunternehmer, 1950 starb, brach Cerruti das Studium ab, um in das elterliche Unternehmen einzutreten. 1967 präsentierte er seine erste Herrenkollektion, es folgten Damenmode, Sports Fashion und Accessoires. 2000 verkaufte Nino Cerruti die Marke an eine Holding; in seinem Besitz blieb die Weberei in Biella. Jüngst kaufte Cerruti das Designhaus Baleri und hat sich damit der Welt der Möbel und des Interior zugewandt.**