

Gallotti&Radice startete 1956 mit Glasaccessoires und ist heute eine internationale Lifestyle-Marke. Silvia Gallotti erzählt, wie sie mit ihren Brüdern Massimo und Marco Radice eine ebenso vielseitige wie einzigartige Einrichtungswelt kreiert hat

Interview KATJA ISELER



Is 1956 das Atelier von Ihrem Vater und seinem Partner Luigi Radice gegründet wurde, spezialisierten sie sich auf die Herstellung von Glasobjekten. Heute ist Gallotti&Radice eine internationale Lifestyle-Marke. Eine erstaunliche Entwicklung für einen Familienbetrieb ...

Wir waren das erste Unternehmen in Italien, das sich intensiv mit der Nutzung von Glas im Bereich Einrichtung auseinandergesetzt hat. Unsere Väter haben von Anfang an in Innovation und Forschung investiert, sie wollten über die Produktion von dekorativen Glasobjekten hinauswachsen. Beide besuchten eine renommierte Mailänder Schule für angewandte Kunst und erarbeiteten sich detaillierte Kenntnisse in den Bereichen technisches Zeichnen und ornamentales Design. In den ersten Jahren konzentrierten sie sich auf die Produktion von Lampen, Spiegeln und Einrichtungsgegenständen, Einzelstücke, die alle rigoros von Hand gefertigt wurden. Dank der Begegnung mit dem italienischen Architekten Luigi Massoni,

der 1971 den ikonischen Tisch „Adam“ für Gallotti&Radice entwarf, entstanden in den folgenden Jahren die ersten innovativen Möbel aus Glas.

Und in den 1990er-Jahren ist dann die zweite Generation in den Betrieb eingestiegen. War das ein Wendepunkt?

Meine Generation hat es geschafft, die Errungenschaften der Firmengründer durch grundlegende Innovationen aufzuwerten, die alle der typischen Identität des italienischen Designs verpflichtet waren. Wir haben viel in Forschung und Technologie investiert, ohne dabei je die Verbindung zu unseren Wurzeln zu verlieren. Handwerkliche Herstellungsprozesse und hochwertige Materialien haben nach wie vor einen besonderen Stellenwert. Ich denke, dass die wichtigsten Wendepunkte mit unserer Orientierung in Richtung Lifestyle zusammenhängen. In unseren Einrichtungskonzepten trifft italienische Handwerks-tradition auf Elemente der zeitgenössischen Großstadtkultur. Unsere Produkte sind Ausdruck eines klar definierten Lebensstils „made in Italy“.

Können Sie das näher erklären?

Unser „Made in Italy“ ist ein Zusammenspiel von Tradition, Innovation und globaler Vision. Jedes einzelne Produkt von Gallotti&Radice ist das Ergebnis einer qualitativ hochwertigen, regionalen Liefer- und Verarbeitungskette, die sich in der hervorragenden Definition der Details, der Oberflächen und der Formen widerspiegelt. Unser

Know-how ermöglicht es uns, Objekte zu kreieren, die eine lange Lebensdauer haben, unabhängig von kurzlebigen Trends. Trotz unserer italienischen Wurzeln arbeiten wir mit einem offenen Blick auf die Welt. Aber letztendlich ist unsere Firmen-DNA tief in der Region Brianza verwurzelt, die dank der ausgezeichneten Handwerkskultur ein historischer Drehpunkt der italienischen Möbelproduktion ist.

Inwieweit beeinflusst der Standort die Identität der Marke?

Handwerk und Materialauswahl sind die Herzstücke unserer Produktion. Die traditionellen Handwerkstechniken, die von Generation zu Generation übertragen wurden und sich durch zeitgenössische Einflüsse weiterentwickelt haben, erlauben uns, Rohstoffe wie Glas, Holz, Metall und Stein in einzigartige Designobjekte zu verwandeln. Jedes Teil ist handgefertigt, mit sorgfältig erarbeiteten Details, perfekten Intarsien, edlen Oberflächen und einem einzigartigen Charakter. Die ausgezeichnete Verarbeitung ist nicht nur ein ästhetischer Wert, sondern auch ein kultureller: Die Handarbeit erzählt von Tradition, Innovation und tiefergehender Materialkenntnis.

Wie wählen Sie neue Materialien aus?

Glas ist seit 70 Jahren die Seele und der unbestrittene Protagonist unserer Produktion. Im Lauf der Jahre haben wir kontinuierlich mit ungewöhnlichen Farb- und Materialkombinationen experimentiert und innovative Oberflächenbehandlungen

Silvia Gallotti

hat ihren Vater schon als Kind auf Messen und Werkstattbesuchen begleitet. Nach einem Abschluss als Betriebswirtin übernahm sie ab 1996 Aufgaben im Betrieb. Neben ihrer Rolle als CEO hat sie seit 2009 die kreative Leitung übernommen und die damalige Produktion von Glasaccessoires in ein elegantes Total-Living-Konzept verwandelt. Heute werden die Wohn- und Schlafzimmerelemente, Leuchten und Accessoires international vertrieben; es gibt Flagship-Stores in London und Miami.

entwickelt. Wenn wir ein neues Material einführen, ist das ausschlaggebende Kriterium der potenzielle Dialog mit den Transparenzen, der Textur und den Reflexionen von Glas. Edle Materialien wie Marmor, Holz, Metall und unlängst nachhaltige Werkstoffe wie umweltfreundliche Wandverkleidungen aus Baumwolle erweitern unseren kreativen Horizont, bereichern die ästhetische Bandbreite des Designs und ermöglichen innovative Entwurfsansätze.

Welche Vorteile bietet Glas als Werkstoff?

Glas kann ohne Qualitätsverlust nahezu unendlich recycelt werden und ist daher ein besonders nachhaltiger Werkstoff, der perfekt die Grundprinzipien der Kreislaufwirtschaft verkörpert.

Können Sie ein konkretes Beispiel nennen?

Ausgangspunkt der Kollektion „Re-verre“, für die Federica Biasi eine Serie von Tischen und Couchtischen designt hat, war der Wunsch, zeitgenössische Formen aus Glas zu entwickeln. Im Fall von „Re-verre“ – was wörtlich aus dem Französischen übersetzt „wieder Glas“ bedeutet – haben wir auf bisher wenig bekannte Eigenschaften und Nutzungsmöglichkeiten von Glas gesetzt. Gleichzeitig war es unsere Absicht, einen neuartigen Werkstoff zu entwickeln, der auf den ersten Blick

Große Bandbreite
Zur Kollektion 2025 gehören das Regal „Stresa“ von Dainelli Studio, die Beistelltische „Arch“ von David/ Nicolas sowie Martina und Massimo Castagnas Sofa „Evolis“



nicht als Glas erkennbar ist. Die Grundlage bildet eine Masse aus zermahlenen, recycelten Glasflaschen, die in der Verarbeitung interessante unregelmäßige Kanten bildet. Die delikaten Farbnuancen entstehen durch die Beimischung von Pigmenten, von warmen erdigen Tönen bis hin zu den kalten Schattierungen einer Mondlandschaft.

Neben Ihrer Rolle als CEO sind Sie auch Art-Direktorin von Gallotti&Radice. Inwieweit beeinflusst ein weibliches Führungsteam die Arbeit im Unternehmen? Ich denke, dass die weibliche Sensibilität eine spezifische Vorgehensweise mit sich bringt, vor allem wenn es um inklusive Leadership, Interesse an anderen Perspektiven und den Aufbau eines offenen, kollaborativen und empathischen Arbeitsklimas geht. Im Betrieb fördere ich jede Art von kritischer Auseinandersetzung: Ich höre gerne zu, teile meine Ansichten mit meinem Team und beziehe ihre Meinungen in strategische Entscheidungen mit ein. Der kontinuierliche Austausch wirkt als Inspirationsquelle für innovative Projekte und spannende Kollaborationen. Wir sind ein kreatives und dynamisches Unternehmen, stets auf der Suche nach neuartigen Lösungen, die dem Wandel des Marktes einen Schritt voraus

sind, um so zeitnah auf neue Bedürfnisse einzugehen.

Was planen Sie für das 70. Firmenjubiläum im Jahr 2026?

Wir werden unseren neuen Firmensitz einweihen, ein Projekt, das perfekt unsere Werte und unsere Vision für die Zukunft widerspiegelt. Das neue Gebäude erlaubt uns, fließende Übergänge zwischen den einzelnen Abteilungen zu schaffen, was letztendlich die Kreativität und die Zusammenarbeit fördert. Weitere Ziele sind der Ausbau der internationalen Markenpräsenz und die Eröffnung eines Firmenmuseums, das die Leistungen unserer Vorgänger würdigt. —



Dekoratives Design
Massimo Castagna hat sich für die Leuchte „Bolle Stelo“ von Seifenblasen inspirieren lassen. Die neuen Farben der mundgeblasenen Kugeln heißen Bronzite, Ambra, Ametista und Topazio

„DAS AUF EINANDERTREFFEN VON DESIGN, KUNST UND HANDWERK GIBT UNS DIE MÖGLICHKEIT, NEUE WEGE ZU ERFORSCHEN, UM KOLLEKTIONEN ZU SCHAFFEN, DIE TEIL EINER GESCHICHTE SIND.“

SILVIA GALLOTTI