



Andrea Rosso hat die Augen seines Vaters. Sein Blick auf die Welt aber unterscheidet sich durchaus von Papa Renzo Rosso

„Wir arbeiten in unserem italienischen Headquarter in Großraumbüros. Da ist vor allem eines verdammt wichtig: die richtige Playlist“



Längst mehr als nur Mode: Auf der Mailänder Möbelmesse zeigt Diesel seine neueste Home-Collection

DER DUDE

Surfer, Trendscout und Schreibtisch-Messie: ANDREA ROSSO erfüllt alle Klischees, die man einem Kreativchef zuschreibt. Darüber hinaus erobert er für Diesel mit coolen Designs und Kooperationen die Welt von Living und Lifestyle

TEXT SARAH LAU

Vielleicht liegt es an seinem verschmitzten Grinsen, aber Andrea Rosso sieht einfach so aus, als kenne er sich mit Witzen aus. Könnte eine Sache sein, die sein Vater, der legendäre Diesel-Chef und bekennende Witze-Fan Renzo, ihm beigebracht hat. Heute Nachmittag aber will Andrea vorerst keinen erzählen: „Ich arbeite mit so vielen Männern zusammen, dass ich nur noch derbe Kaliber kenne, das traue ich mich hier noch nicht“, sagt der **Creative Director of Licensing von Diesel beim COUCH-Interview auf der Mailänder Salone del Mobile**. Nur um die nächste Frage, die nach den besten Voraussetzungen für kreatives Arbeiten, mit „Sex“ zu beantworten. Und dabei nonchalant offen lässt, ob's ein Witz ist oder nicht. Ernst nehmen sollte man den 38-Jährigen durchaus. Dass er sein Hemd nur mit einer Sicherheitsnadel zusammenhält und abgewetzte Jeans trägt, täuscht nicht darüber hinweg, dass sein **Outfit (komplett Diesel) so viel kostet, wie manch einer im Monat verdient**, und er seit 2014 mit Lizenzgeschäften dem Familienunternehmen Millionenumsätze beschert. Neben Uhren und Sonnenbrillen, die Diesel in Zusammenarbeit mit Fossil herausbringt, greift Rosso mit der Lancierung von Parfums (L'Oréal), Lampen (Foscarini) und Tablewear (Seletti) immer weiter nach den Lifestyle-Sternen. 2016 erstmals mit Bädern und Küchen im Industrial-Style (Scavolini), dazu Sofas von Moroso. „Und das ist erst der Anfang. Momentan träume ich von Tapeten“, grinst Andrea.

ANDERS ALS PAPA Renzo ist der Sohn eher der Typ „entspannter Surfer-Dude“, denn

Alphatier. Wenn Renzo, Jahrgang 1955, stolz darauf ist, allmorgendlich exakt um 5.55 Uhr aufzustehen und mit seinem Privatlehrer Yoga zu machen, nimmt sich Andrea gerade wieder einmal fest vor, endlich mehr zu joggen. Und während Renzo sich anlässlich seiner erfolgreichsten Firmenzukäufe (zuletzt Maison Margiela) Tattoos stechen lässt, sitzt der Sohn an der eigenen Pfaff-Nähmaschine, um alte Armeeshirts für sein Label Myar zusammenzunähen; ein wenig Eigenständigkeit will schließlich gewahrt werden, so hart erkämpft, wie sie ist. Auch wenn es für unsereins vielleicht nach einem Traum klingt – über die Mittagessen seiner Kindheit unter Olivenbäumen, **Seite an Seite mit fünf Geschwistern, Models, Rockstars, mal dem Dalai-Lama, mal Schriftstellern wie Umberto Eco einzunehmen**, sagt Andrea: „Klar war's toll, gleichzeitig

„Mein Vater ist eine Monster-Nervensäge, aber ich lerne unheimlich viel von ihm“

aber als Kind auch ganz schön schwierig, sich zwischen all den meinungsstarken Menschen zu orientieren.“

Die Begegnung, die ihn nachhaltig berührt hat, fand dann auch nicht in seinem Elternhaus statt, sondern: in Los Angeles, wo er nach dem Abitur ein Jahr lang zum Surfen war und sich ganz allein behaupten musste. **„Die Jungs haben mir so viel beigebracht, vor allem mit der Natur in Berührung zu kommen, Frieden zu finden.“** Bis heute ist Andrea der Einklang mit der

Umwelt wichtig. Spricht er vom Diesel-Headquarter im italienischen Breganze, kommt ihm als Erstes die bergige Landschaft in den Sinn. Danach, wie wichtig ihm das Arbeiten in Großraumbüros ist. „Hier kriege ich alles von meinen Leuten mit.“ Besonders, was gerade angesagt ist: „Wenn mal wieder einer anfängt zu kreischen, lauf ich sofort hin, um zu checken, was abgeht.“ Dass nicht er der Designer ist, sondern als gelernter Textilwirtschafter der Mann, der sich ums Business kümmert und die Kooperationen eintütet, stellt Teamplayer Rosso stets klar.

KREATIVES CHAOS umgibt ihn dennoch. Sein Schreibtisch quillt über von Bildbänden, Postkarten und Figürchen. An den Wänden hängen wechselnde Grafiken und Filmposter (klar, dass ein „2001“-Fan den Launch von Astronauten-Vasen unterstützt). Obwohl sein Bruder, CEO Stephano, und Vater Renzo nur wenige Büros weiter sitzen, sehe man sich oft tagelang nicht. Zum einen natürlich, weil Andrea viel reist, von Tokio bis Berlin, immer auf der Suche nach Trends. Zum anderen sucht er auch nicht zwingend die Nähe seiner Familie. Er, der bereits nach dem Studium in Padano und New York direkt ins Familienunternehmen eingestiegen ist, weiß, wie viel er von seinem Vater lernt, gibt aber ebenso freimütig zu, „dass mein Vater eine Monster-Nervensäge ist“. Als Renzo beispielsweise mit der Idee zu ihm kam, einen Kinderwagen mit Bugaboo rauszubringen, „dachte ich, er sei verrückt geworden“. Der Senior setzte sich (natürlich) durch und „das Ding verkauft sich wie verrückt!“, so Andrea. Und das freut dann wieder die gesamte Diesel-Familie. 🌱

FOTOS MARTIN SCHOELLER (1), GAVIN WATSON (1)



Die Kantine im Diesel-Headquarter in Breganze bewirbt bis zu 600 Mitarbeiter. Andreas Leibspeise hier: Erdbeer-Risotto



Auf dem neuen Diesel-Sofa: Andrea Rosso und Sarah Lau, stellvertretende COUCH-Chefredakteurin, in Mailand



Weltöffener Auftritt auf der Salone del Mobile in Mailand: der Diesel-Pavillon



Familienbande: Renzo Rosso (M.) mit seinen Söhnen Stefano (II; OTB-CEO) und Andrea



Spacig: Die Erfolgsgeschichte der „Cosmic Diner“-Tableware-Linie mit Seletti geht 2016 in die zweite Runde. Die Astronauten sind übrigens Vasen (ca. 68 Euro)

VIEL MEHR ALS NUR JEANS!

LIVING-POWER Nach der Umpositionierung ins hochpreisige Fashion-Segment (Diesel Black Gold) und Zukäufen von Luxusmarken (Marni, Maison Margiela etc.) ist der Ausbau der Lifestyle-Marke Diesel in Richtung Interior nur logisch. Auf der **MESSE 2016** punktet die Home-Collection nach wie vor mit cooler Eleganz und dem Thema „Weltall“: Die „Cosmic Diner Collection“, in Zusammenarbeit mit Seletti, tischt jetzt auch noch Salz- und Pfefferstreuer in Raketenform auf. Industrial-Style dominierte auch die neuen Diesel-Küchen von Scavolini, aber auch die dunklen (Beton-)Kacheln, in Kooperation mit Iris Ceramica, überzeugten und sind ab September in Deutschland zu haben. Alle Messe-News auf einen Blick: store.diesel.com/magazine/de/living