

## Im Gespräch über Fast Milano

**Wie hat sich die Wahrnehmung von Outdoorbereichen in den letzten Jahren verändert?**

**Marco Levrangi**, CEO von Fast: "Die lange Welle der Pandemie hat zu einem radikalen Wandel in der Wahrnehmung der häuslichen Outdoorbereiche geführt: Die heutigen Wohnbedürfnisse zielen immer mehr darauf ab, die Räume im Freien aufzuwerten und sie komfortabler und im Einklang mit der Natur zu gestalten. Während sie früher nur zweitrangig waren, haben sie heute eine große Bedeutung für eine Vielzahl von Aktivitäten, von Homeoffice über Entspannung bis hin zur Geselligkeit. Daher sind nachhaltige, langlebige und ästhetisch ansprechende Möbel und Designlösungen sehr gefragt."

**Sind die neuen Anforderungen im privaten Wohnbereich auch auf den Objektbereich übertragbar?**

**Marco Levrangi**: „der Hospitality-Bereich musste mit der Wiederbelebung des Tourismus ab 2022 auf die neuen, durch die Pandemie entstandenen Perspektiven ebenso reagieren wie der private Wohnbereich. Die wichtigsten Anforderungen, die hier gestellt werden, sind die Suche nach formaler Kohärenz und Harmonie der Strukturen mit der umgebenden Natur, die Aufhebung der Grenzen zwischen Innen- und Außenbereich, die Digitalisierung von Erfahrungen und das Bedürfnis nach einem hohen Maß an Komfort, Privatsphäre und individuellen Gestaltungsmöglichkeiten. Es ist für uns von großem Interesse, den Objektbereich auszubauen: Es handelt sich um einen Bereich, der mit Kreativität und Innovation auf die Herausforderungen unserer Zeit reagiert. Für Fast ist er nicht nur in kommerzieller Hinsicht wichtig, sondern er bietet auch einen Einblick in sich verändernde Verhaltensweisen und ein interessantes Beispiel für den Wandel der Bedeutung von Außenräumen im Objektbereich. Ob es sich nun um touristische oder geschäftliche Einrichtungen handelt, das Thema Wellbeing und die Zeit, die man im Freien verbringt, werden immer wichtiger.

**Welche Märkte sind für Fast besonders wichtig?**

**Marco Levrangi**: „Wir sind vor allem in Europa tätig, aber bauen unser Vertriebsnetz auch in außereuropäischen Ländern aus, wobei wir gleichzeitig Projekte im Objekt- und im privaten Bereich realisieren. Es handelt sich dabei um wirtschaftlich starke Gebiete, in denen die Qualität der Materialien, die Möglichkeit der individuellen Gestaltung der Produkte und die Liebe zum Detail bei der Realisierung der Projekte im Vordergrund stehen und die hervorragende Qualität der Produkte und die Effizienz des Vertriebsnetzes von Fast geschätzt werden.“

## Wie reagiert Fast auf die neuen Gestaltungsmöglichkeiten im Outdoor-Bereich?

**Marco Levrangi:** "Mit dem neuen Flagship-Store und der Partnerschaft mit Spotti Milano wollen wir das Vertriebsnetz durch einen erlebnisorientierten, interaktiven und einnehmenden Ansatz für die Planer stärken. Der Store wird nicht nur ein Ausstellungs- und Beratungszentrum sein, sondern wird verschiedene Initiativen für Designer und Entwerfer und Raum und Instrumente für eine offene und geteilte Designkultur bieten".

## Worin besteht die Partnerschaft zwischen Fast und Spotti Milano?

**Claudio Spotti,** Gründer von Spotti Milano: "Die Partnerschaft mit Fast basiert auf einer gemeinsamen Geschäftsphilosophie, die auf einem großen Hang zu Forschung und Innovation, der Liebe zum Detail und der Effizienz bei der Erfüllung der Kundenbedürfnisse mit maßgeschneiderten Lösungen beruht. Die Synergie mit Fast ermöglicht es uns, unsere kommerzielle Reichweite zu erweitern, indem wir dem Fachpublikum ein noch breiteres Spektrum an Kompetenzen bieten, mit qualitativ hochwertigen Lösungen und einem maßgeschneiderten Service, um das Projekt in jeder Phase zu unterstützen. Der neue Flagshipstore von Fast ist der konkrete Ausdruck dieser Synergie: ein Ort für die Zusammenarbeit, der sich im Einklang mit dem Markt entwickelt und zu einem Bezugspunkt für den Austausch von Know-how und die Entwicklung neuer strategischer Visionen wird".

## Wie bringt Fast die Sprache der Natur, die die Grundlage seiner Identität bildet, in das neue unternehmerische Konzept des Flagshipstores ein?

**David Lopez Quincoces,** Gründer des Architektur- und Designbüros Quincoces-Dragò & Partners: "Das kreative Konzept des Flagshipstores beruht auf der Idee, die Natur in den Gestaltungsraum zu bringen. Die harmonische Beziehung zur Natur, ein grundlegender Wert der Identität von Fast, wurde durch ein breites Spektrum von sensorischen Bezügen zur natürlichen Welt greifbar gemacht. Die optischen, haptischen und akustischen Eindrücke, die die reich strukturierten Holzoberflächen, die zahlreichen Pflanzen und grünen Details und die Audioelemente - die an natürliche Orte fernab der Stadt erinnern - vermitteln, erfüllen den Raum und laden das Publikum ein, in die warme und einladende Atmosphäre einzutauchen. Das Ausstellungskonzept bietet den Produkten von Fast nicht nur den richtigen Kontext, indem es einen Outdoorbereich nachbildet, sondern es zielt auch darauf ab, die Interaktion und den dynamischen Austausch zwischen den Menschen, die in diesen Räumen leben, zu erleichtern. Aus diesem Grund ist der Flagshipstore wie ein Erlebnispfad aufgebaut, mit Bereichen, die der Entwicklung von Projekten gewidmet sind, Materialbibliotheken, in denen man die neuesten Materialien entdecken kann, und Bereichen, die für Meetings und Schulungen vorgesehen sind".

### Press Office Italy:

P:S  
Tel. +39.02.39624450  
[press@p-s.it](mailto:press@p-s.it)  
[www.p-s.it](http://www.p-s.it)

### Press Office International:

ERGO  
Tel. +39.02.43995057  
[info@ergo-online.it](mailto:info@ergo-online.it)  
[www.ergo-online.it](http://www.ergo-online.it)