

# IM GESPRÄCH MIT STEFANIE HERING

Interview: Claudia Simone Hoff



Wohnrevue 4 2011

Stefanie Hering, 1967 in Stuttgart geboren, absolvierte eine Ausbildung zur Keramikerin, ehe sie sich nach der Meisterprüfung 1992 mit einer eigenen Werkstatt in Berlin selbstständig machte. Das von ihr zusammen mit Wiebke Lehmann und Götz Esslinger 1999 gegründete Label «Hering Berlin» gehört inzwischen zu den international renommierten Porzellanherstellern und zeichnet sich durch eine traditionelle handwerkliche Fertigung aus. Markenzeichen der Manufaktur ist unglasiertes Biskuit-Porzellan mit einer sinnlich matten Anmutung. In ihrem Atelier sprach Stefanie Hering über Durchhaltevermögen, Handwerkskunst, den fehlenden Stolz der Deutschen und das Ausloten von Grenzen.

IN NUR WENIGEN JAHREN SEIT DER GRÜNDUNG VON HERING BERLIN 1999 SCHAFFTEN SIE ES, SICH EINEN NAMEN ZU MACHEN IN DER WELT DER ETABLIERTEN, TRADITIONSREICHEN PORZELLANMANUFAKTUREN. WIE WAR DAS SO SCHNELL MÖGLICH? Wir sind sehr wendig und setzen immer auf die Pferde, die gerade laufen (lacht). Wenn Sie mich damals gefragt hätten, hätte ich auch nicht gedacht, in welche Richtung es einmal gehen würde. Meine Partnerin Wiebke Lehmann und ich haben uns 1992 selbstständig gemacht und uns einen Raum geteilt. Neben dem Workshop hatten wir auch eine kleine Galerie, wobei jede von uns ihre ganz eigene Richtung verfolgt hat. Von Anfang an haben wir alles auf eine professionelle Ebene gebracht: uns Kunden in aller Welt gesucht, den Vertrieb organisiert und auf Messen ausgestellt. Uns war bewusst, dass wir uns – wenn wir von dem Job leben wollten – nicht verstecken, nicht warten dürften, bis uns jemand entdecken würde. Es war wichtig, sich dem Markt zu stellen. Heute sind wir sehr froh darüber, dass man nicht nur Meissen kennt, sondern auch Hering.

IST ES NICHT SCHWER, SICH IN DEM SEHR EXKLUSIVEN PORZELLANMARKT ALS UNBEKANNTES, KLEINES UNTERNEHMEN DURCHZUSETZEN? Ja schon, aber wir fanden, dass die anderen geschlafen hatten. Wir respek-

Wohnrevue 4 2011



1



2

1  
Mit der Serie «Desire» von Hering Berlin findet sich für jede Blume das passende Gefäss.  
2  
Das Tafelservice «Soul» wird hier ergänzt um eine Kanne aus der Serie «Pulse».

tieren all diese Firmen und ziehen den Hut vor deren Leistung. Und wir sind ebenfalls grosse Anhänger der Fertigungskunst. Diese Handwerkskunst ist ein Gut, das sich Deutschland erarbeitet hat, und deutsche Handwerker sind hervorragend. Aber ab einem gewissen Punkt haben wir uns als Kunden nicht mehr verstanden gefühlt. Wir wollten zwar die Qualität, waren aber der Meinung, dass wir heutzutage anders speisen. Es scheiterte oft an der Umsetzung, daran, dass Manufakturen und Industrie nicht mutig genug waren, etwas anderes zu machen. Deshalb haben wir einen anderen Weg eingeschlagen.

WIE SIEHT DIESER WEG AUS? Wir machen alles selbst, denn darin liegt unsere Kompetenz: Wir produzieren, und wir entwerfen. Die Linie, die sich aus dieser Idee entwickelt hat, finden viele toll. Am Anfang war es schwer, denn wir mussten die Menschen erst an die Manufakturware heranführen, sie mit Qualität in Berührung bringen – sie dazu bringen, das Produkt zu lieben und zu benutzen. Das war ein knackiger Weg, aber wir waren schon immer Idealisten und haben Durchhaltevermögen (lacht).

WIE GING ES WEITER? Wir haben, als wir bereits zu acht waren, viele Entwürfe für die Porzellanindustrie gemacht, für Rosenthal, Hutschenreuther und Bernardaud – da ging es um Masse. Auch die Entwicklung von Dekoren für Jasper Morrisons Service «Moon» von Rosenthal gehörte dazu. Das Dekor «White on white» war auch in Produktion, wurde aber eingestellt. Es ist schwierig, Dekore für Produkte zu gestalten, die von anderen Leuten entworfen wurden. Auch bei «Moon» fand ich, dass Rosenthal Jasper Morrison nach einem Dekor hätte fragen sollen, denn er kennt seinen Entwurf und weiss, was er will. Viele unserer Entwürfe sind auch in der Schublade gelandet, weswegen wir uns irgendwann gesagt haben: «Jetzt rechts.»

WIE WÜRDEN SIE DIE ÄSTHETIK VON HERING BERLIN BESCHREIBEN? Ich wollte immer mit Porzellan und speziell mit Biskuit arbeiten. Für mich



steht die Form im Vordergrund, Dekor und Oberfläche kommen später hinzu. Porzellan ist so ein schönes und reines Material. Beim Dekorieren und vollständigen Glasieren – wie man es klassisch macht – geht für mich die Schärfe der Form verloren. Deshalb wollte ich etwas Neues ausprobieren. Das hat damals Aufmerksamkeit erregt und daraufhin kamen einige Unternehmen auf mich zu und wollten eine Kollektion. Man sieht einem Stück an, ob es zu Ende gedacht ist. Ein guter Entwurf kostet Geld und braucht Zeit. Unser Porzellan muss ausserdem für viele Kulturen funktionieren.

**SIE SPRECHEN VON EINER NEUEN TISCHKULTUR. WIE GENAU SIEHT DIE AUS?**

(Lacht). Für uns ist Tischkultur ein ganz wichtiges Thema. Sich besinnen auf das, was Freude macht, auf das, was man braucht, auf den bewussten Umgang damit – sich Zeit nehmen. Bei uns hat man einen riesigen Fundus an Produkten. Und wenn das Essen gut ist, muss auch der Tisch gut aussehen – das Gesamtergebnis zählt.

**DAS PRINZIP IHRER KOLLEKTION BESTEHT JA DARIN, DASS MAN DIE EINZELTEILE UNTEREINANDER KOMBINIEREN KANN. IST DAS EINER DER UNTERSCHIEDE ZU DEN ANDEREN PORZELLANMANUFAKTUREN?**

Ja, die anderen Manufakturen haben immer an das abgeschlossene Service gedacht. Wir haben diese Herangehensweise nicht, wir integrieren und ziehen Einzelteile zusammen über die Oberflächengestaltung. Es gibt bei uns aber auch Formensprachen, die man nicht unbedingt miteinander kombinieren würde.

**WELCHE KOLLEKTIONSTEILE VERKAUFEN SICH AM BESTEN?**

Die Oberflächen, für die Hering steht, sind «Velvet», «Pulse» und «Cielo» – die ganz glatten und die perforierten Teller. Bei den Formen ist es ganz unterschiedlich, teilweise auch unterschiedlich in den einzelnen Ländern. In Korea beispielsweise verkauft sich die Teeschale gut als Reisschale. Mich muss ein Stück durch den ganzen Tag begleiten und sich zurücknehmen. Es



1



2



3



4

1  
Einige Teile der Kollektion von Hering Berlin sind als reine Dekoration gedacht, so wie dieser Korallenfisch für die Wand.

2  
Die weissen Porzellanstücke lassen sich auch mit wertvollen Edelmetall-Dekoren wie «Glamour Gold» beim Teller ...

3  
... oder «Polite Silver» bei der Cloche kombinieren.

4  
Zarte Linienmuster gehören ebenfalls zum Sortiment.

gibt Stücke in der Kollektion, die es seit 1992 gibt. Früher haben wir nur per Hand gedreht. Als wir uns 1999 zusammengetan haben, war jedoch klar, dass man das Drehen von Hand nicht auf dem Rücken einer einzelnen Frau machen kann, denn das hält man körperlich gar nicht aus. Da wir aber grossen Wert auf eine perfekte Formgestaltung legen, haben wir überlegt, wie man trotzdem noch sieht, dass ein Mensch am Produkt gearbeitet hat. Wir drehen also unsere Teller mit Maschinen in Formen ein, womit wir die immer gleiche, perfekte Form erreichen. Dann wird jede Oberfläche von Hand gearbeitet und damit jedes Stück wieder zum Unikat. Durch das Drehen ist der Scherben verdichtet und physikalisch hart und robust – das hat gerade, was den Bruch anbelangt, enorm positive Konsequenzen. Wir haben aber auch einen funktionalen Anspruch, dass beispielsweise die Teller stapelbar sind und im Haushalt funktionieren müssen.

**SIE PRODUZIEREN IHR PORZELLAN BEI REICHENBACH IN THÜRINGEN.**

Ja. Als wir die Handdreherei aufgaben, wollten wir bezahlbare Produkte herstellen, und es war klar, dass dies nur in Zusammenarbeit mit einer bestehenden Manufaktur mit laufendem Betrieb möglich sein würde. Die Thüringer waren sehr offen und haben es auch als eigene Chance begriffen, weil es für sie etwas ganz Neues war – sie haben die Zeichen der Zeit erkannt. Wir arbeiten dort mit einem Team, das auf die Herstellung unseres Porzellans und unserer Oberflächen spezialisiert ist. Ich glaube, heute suchen die Menschen etwas, womit sie sich identifizieren können. Das ist die Chance von Reichenbach – und auch unsere. Vor zwanzig Jahren wäre das jedoch noch nicht möglich gewesen, da war man viel traditionsverhafteter. Und bei inhabergeführten Unternehmen geht es ja immer an das eigene Geld, wenn man beispielweise einen Flop landet.

**IST IHNEN DAS MAL PASSIERT?**

(Lacht). Manchmal entwickelt man etwas Neues, kitzelt die Grenzen aus und kommt irgendwann an den Punkt, an dem man erkennt, dass es so nicht

weitergeht und man das Ganze beenden muss. Auch wir haben Stücke, die das Sortiment der Vollständigkeit halber braucht, die aber keine Verkaufschlager sind.

**WIE WICHTIG IST ES FÜR SIE, DASS STERNE-KÖCHE IHR PORZELLAN BENUTZEN?**

Das ist mehr aus Zufall passiert. Wir hatten damals jemanden, der für den Vertrieb zuständig war und der vorschlug, unser Porzellan der Sterne-Gastronomie zu zeigen. Wir sind da einfach reinmarschiert und haben gesagt, dass wir auch Teller machen. Da unterhalten sie sich mit Leuten, die ebenfalls Handwerker und Gestalter sind. Durch Gespräche mit den Köchen entwickeln wir auch neue Dinge. Dinge, die vielleicht vorher im Programm gefehlt haben. Wir legen grossen Wert darauf, dass die Stücke auch in zwanzig Jahren noch knacken. Das ist wie gute Architektur – die vergeht auch nicht. Wir werden also nicht jedes Jahr eine neue Porzellankollektion auf den Markt bringen, sondern wir erweitern das, was wir haben, und nehmen die Leute mit.

**SIE ENTWERFEN AUCH GLAS. WAS IST DER UNTERSCHIED ZUM ENTWERFEN VON PORZELLAN?**

Beim Glas kommt mit der Transparenz eine ganz andere Dimension hinzu. Man nähert sich dem Thema anhand von etlichen Vorläufern an. Wir haben aber früher schon Glas für Rosenthal entworfen, und vom Formalen her gibt es eine Verwandtschaft zum Porzellan. Wir haben uns mit der Glasserie «Domain» (siehe 3) den Römern vorgenommen und ins 21. Jahrhundert übersetzt. Es sind Entwicklungsprozesse, die zu solch einem Produkt führen. Der klassische Römer hat ja einen grünen Fuss, aber das geht für uns heute nicht mehr, und deshalb haben wir uns bei Theresienthal eine neue Farbe machen lassen. Wir wollten auch beim Glas eine neue Formgestaltung und nicht zum dreissigsten Mal das Standardglas neu entwerfen. Es geht natürlich auch um den Genuss des Weins, der muss in den Gläsern funktionieren. In den alten Römern schmeckt der Wein nicht mehr, und man trinkt



1



2



3

1  
Ein markanter Knick charakterisiert das neue Service «Five», das gedacht ist für die Hotellerie.

2  
Ist ein Porzellanstück fertig, wird es mit einer Bodenmarke versehen. Das Grafikdesign stammt übrigens von Erik Spiekermann.

3  
Die Glasserie «Domain» wird in Theresienthal gefertigt und umfasst Weingläser, Karaffen, Wassergläser und einen Dekanter.

den Wein heute anders als im 18. Jahrhundert. Und deshalb haben wir uns gefragt: Wie schmeckt Burgunder, was braucht ein Bordeaux, was ein Chianti, was ein Chardonnay und was ein Champagner? Wir hatten auch den einen oder anderen Sommelier dabei, der das Ganze getestet hat.

**SIE ARBEITEN BEIM PORZELLAN AUCH MIT SILBER, GOLD UND PLATIN, NICHT WAHR?**

Ja. In der Porzellangestaltung wird gerade viel mit Edelmetallen gearbeitet. Die Edelmetalle im Porzellan sind eigentlich immer ein Thema. Die Hauptlinie bei uns ist aber weiss. Es gibt jedoch auch Mattgold, das man in anderen Manufakturen so nicht kennt. Wir bringen es auf das Biskuitporzellan auf, was auf den Tellern am tollsten aussieht und sehr aufwendig herzustellen ist.

**SEHEN SIE SICH ALS KÜNSTLERIN? Wir sind alles: Künstler, Produzenten, Unternehmer, Handwerker. Man muss universell einsetzbar sein.**

**ABER DAS HANDWERK IST SCHON DAS, WODURCH SIE SICH VON DEN ANDEREN MANUFAKTUREN ABHEBEN?**

Ja, ich denke, dass wir Handwerk in Hochform zeigen, und wir stehen auch dazu, dass wir unsere Produkte in Deutschland fertigen. Wir sind ein deutsches Unternehmen, haben einen guten Ruf – warum sollten wir dies aufgeben? Ich finde, die Deutschen könnten stolzer auf das handwerkliche Können im eigenen Land sein. Aber natürlich überleben wir alle nur, wenn wir unsere Stücke auch verkaufen.

**SIE HABEN AUF DER AMBIENTE DAS SERVICE «FARMHOUSE TOUCH» FÜR VILLEROY & BOCH VORGESTELLT. WAS WAR DAS INTERESSANTE AM PROJEKT?**

Mich hat an diesem Entwurf gereizt, die Verantwortung für ein gutes Geschirr im Marktsegment Country zu übernehmen. Hering Berlin – it's a different cup of tea!

Frau Hering, danke für das Gespräch!

[www.hering-berlin.de](http://www.hering-berlin.de)