

DESIGN  
/  
NACHHALTIGKEIT

Kaufen und nie wieder hergeben möchte man unsere zwölf Klassiker für den Tisch. In Deutschland oder im europäischen Ausland teilweise in Handarbeit aus Porzellan, Glas oder Edelstahl gefertigt, zeichnen sie sich durch hohe Funktionalität und zeitlose Formgebung aus und sind deshalb auch gut miteinander kombinierbar

# 12 KLASSIKER für den Tisch

ES SIND NICHT VIELE DINGE, DIE WIRKLICH AUF DEN TISCH MÜSSEN. Gerade deshalb kommt Geschirr, Besteck oder Gläsern eine besondere Bedeutung zu – SCHÖN, FUNKTIONAL, HOCHWERTIG UND LANGLEBIG SOLLTEN SIE SEIN. Wir stellen Ihnen Klassiker für die perfekt gedeckte Tafel vor, die diese Ansprüche mühelos erfüllen

01

„CYLINDA-LINE“  
ARNE JACOBSEN  
HERSTELLER: STELTON

Arne Jacobsen zeichnete als Art Director verantwortlich für einen der zeitlosen Klassiker des dänischen Herstellers Stelton: Diese Edelstahlkanne, die er 1967 als Bestandteil der „Cylinda-Line“ entworfen hat, liegt gut in der Hand





02 GLASS FAMILY | JASPER MORRISON

02  
„GLASS FAMILY“  
JASPER MORRISON  
HERSTELLER: ALESSI

Schlicht und schlüssig: Die vom britischen Designer Jasper Morrison 2008 für Alessi entworfene „Glass Family“ wird ergänzt durch ein ebenfalls von Morrison gestaltetes Tafelservice und Besteck. Zur Serie gehören Gläser für Rot- und Weißwein, Wasser und Longdrinks



03 SAVOY | ALVAR AALTO

03  
„SAVOY“  
ALVAR AALTO,  
HERSTELLER: IITTALA

Für das Restaurant Savoy in Helsinki schuf Alvar Aalto 1937 neben dem gesamten Interior-Design auch die gleichnamige Vase, die vom finnischen Hersteller Iittala produziert wird. Zum 75. Geburtstag des wellenförmigen Kultobjekts hat das Unternehmen im letzten Jahr auch Miniaturen für Sammler aufgelegt

04  
„SOMMELIERS“  
HERSTELLER: RIEDEL

Bordeaux, Burgunder oder doch Rosé? Jedes Glas der 1973 lancierten Serie „Sommeliers“ des österreichischen Herstellers Riedel ist eine Einzelanfertigung, bei der die Oberteile in Formen geblasen und Stiel sowie Boden von Hand gefertigt werden

05  
„PLANET EARTH“  
CHRISTIAN HAAS  
HERSTELLER:  
KRISTALLMANUFAKTUR  
THERESIENHAL

Poetisch anmutend ist die von Christian Haas für Theresienthal gestaltete Kollektion „Planet Earth“, die aus einem Krug und verschiedenfarbigen Bechern besteht. Hier trifft ein honiggelber Becher mit „Bienenschwarm“ auf ein graues Wabenglas, das wiederum kombiniert wird mit einem klaren, abstrakt gemusterten Glas



04 SOMMELIERS | RIEDEL



05 PLANET EARTH | CHRISTIAN HAAS

den ersten Blick mag man kaum glauben, dass die Schalen, Vasen und Teekannen wirklich aus Porzellan gefertigt sind, erinnern sie mit ihren Knicken, Falten und Fasern doch eher an Papier. Die insgesamt 28 Teile sind außer in der klassisch weißen Version auch mit einem hellgrünen, asiatisch inspirierten Dekor zu haben.

Ebenfalls am besten in Weiß kommt ein anderes Porzellanservice zur Geltung: „Suomi“. 1976 vom finnischen Designer Tapio Wirkkala für die Studio-Line von Rosenthal entworfen, fällt es durch seine abgerundete Form, vor allem aber durch die Kombination von weißem Porzellan und Metall ins Auge. Dank der formalen Reduktion eignet sich „Suomi“ für den täglichen Gebrauch und ist gut mit anderen Stücken kombinierbar. So beispielsweise mit der Edelstahl-Teekanne, die Arne Jacobsen Ende der Sechzigerjahre für Stelton entworfen hat. Ergonomisch geformt, kann das Teil aus der „Cylinda-Line“ des dänischen Herstellers auch um eine Zuckerschale und eine Wasserkanne ergänzt werden.

Zu einem schönen Porzellanservice gehört immer auch das passende Besteck. Universell einsetzbare Stücke hat der Designer Peter Raacke 1958 mit „mono-a“ kreiert. Ein großer Wurf gelang ihm damit, denn dieses Tafelbesteck ist sein bis heute bekanntestes Design – was sicherlich mit der geradlinigen, Jahrzehnte überdauernden Form zusammenhängt. Das Besteck aus Edelstahlblech ist kostensparend und technisch relativ einfach herzustellen, denn Heft und Schneide des Messers sind aus einem Stück gefertigt. Im Lauf der Zeit wurde „mono-a“ erweitert um „mono-e“ mit Ebenholzgriffen, „mono-t“ mit Teakholzgriffen und (zum 50-jährigen Jubiläum des Entwurfs) um Versionen in Sterling, Gold, Schwarz und Titan.

Neben dem Besteck sind auch die richtigen Gläser unverzichtbarer Teil einer schön gedeckten Tafel. Denn ein edles Getränk will aus einem Gefäß genossen werden, das seine Geschmacksnote zur

Geltung bringt und visuell ansprechend ist. Gerade beim Wein hat diese Philosophie zu Höhenflügen geführt, was nicht zuletzt der österreichischen Glasmanufaktur Riedel zu verdanken ist. War es doch Claus J. Riedel, der erkannte, dass Bouquet, Geschmack und Abgang eines Weines von der Form des Glases abhängt. Die 1973 präsentierte, handgefertigte Serie „Sommeliers“ umfasst Gläser für Bordeaux, Burgunder, Whisky, Champagner oder Grappa.

Künstlerisch experimenteller geht es bei Theresienthal zu. Christian Haas hat für die bayerische Kristallmanufaktur mit der Serie „Planet Earth“ summende Bienen, fliegende Astronauten und allerlei Meeresgetier aufs Glas gebracht. Gläser und Karaffen bestechen durch wunderbare Gravuren und Schlitze.

Wer es schlichter mag, dem sei ein anderer Entwurf ans Herz gelegt: Adolf Loos' „Trinkservice No. 248“. 1931 für die American Bar in Wien entworfen, wird es seither von Lobmeyr hergestellt. Das geradlinige Becherservice mit dem seidenmatt polierten Brillantschliff wurde zum 80. Geburtstag von Stefan Sagmeister und Jessica Walsh um beinahe frivole Illustrationen der sieben Todsünden ergänzt.

Dass gutes Design seinen Preis hat, aber nicht unbedingt teuer sein muss, beweist Alessi mit der von Jasper Morrison entworfenen Glasserie „Glass Family“. Sie wird unter dem Label „A di Alessi“ verkauft, das sich mit seinen ansprechenden und bezahlbaren Entwürfen die Demokratisierung des Designs auf die Fahnen geschrieben hat. Alberto Alessi spricht von Morrisons „Suche nach ‚Normalität‘ und Anti Glamour“. Und was könnte diese Gläser besser ergänzen als eine Vase von Alvar Aalto, dem Meister des finnischen Designs? 1936 entworfen, wird „Savoy“ noch heute von Iittala produziert. Verkaufszahlen des Klassikers gibt das Unternehmen nicht heraus – aber wen interessieren die schon, wenn in dem wunderbaren Glasgefäß bunte Tulpen blühen?

von Claudia Simone Hoff

Genau in der Nische zwischen Massenproduktion und rein handwerklicher Herstellung hat sich die Porzellanmanufaktur Hering Berlin positioniert. Stefanie Hering ist es gelungen, den etablierten Herstellern mit einem auf das Wesentliche konzentrierten Konzept Paroli zu bieten. Mit verantwortlich ist der Mut zum Weglassen. Denn ganz ehrlich: Wann essen wir zu Hause ein komplettes Menü? Und wann haben wir zuletzt eine Sauciere verwendet oder gar ein Messerbänkchen? Der Konsument von heute will flexibel sein, das Vorhandene um etwas Neues ergänzen, ohne gleich alles auszutauschen. Bei Hering Berlin arbeitet man mit weißem Biskuitporzellan, das sich gut erweitern lässt um Stücke mit den Dekoren „Puls“ oder „Piqueur“. Stefanie Hering, deren fragile Porzellanschönheiten in der Thüringer Porzellanmanufaktur Reichenbach hergestellt werden, bezieht klar Position zum Standort: „Wir zeigen Handwerk in Hochform und stehen dazu, dass wir unsere Produkte in Deutschland fertigen. Ich finde, die Deutschen könnten stolzer sein auf das handwerkliche Können im eigenen Land.“

Um handwerkliches Können geht es seit jeher auch bei Meissen, der wohl berühmtesten deutschen Porzellanmanufaktur – wie das Teeservice „Tea with the Dragon“ beweist. Denn wer sonst könnte einen roten Drachen so elegant auf Porzellan bringen?

Auch wenn das Komplettservice ein Auslaufmodell ist: Bei einigen Entwürfen lässt es sich nur schwer widerstehen. Da ist beispielsweise das Service „Urbino“ aus dem Hause KPM, das Trude Petri 1931 entworfen hat. Mit seiner auf den Grundformen Kreis und Kugel basierenden Gestaltung zählt es zu den bekanntesten Produkten des Berliner Unternehmens. Die schnörkellose Funktionalität des Services steht ganz in der Tradition von Deutschem Werkbund und Bauhaus und konterkariert die zu seiner Entstehungszeit üblicherweise beim Gestalten von Geschirr und Besteck verwendeten historischen Formen.

Ähnlich leicht und leicht präsentiert sich das 2010 lancierte Service „Lightscape“ von Ruth Gurvich für Nymphenburg. Auf

06

„SUOMI“  
TAPIO WIRKKALA  
HERSTELLER: ROSENTHAL

Made in Finland: Zu den erfolgreichsten Porzellan-Service von Rosenthal zählt „Suomi“, das der finnische Designer Tapio Wirkkala 1976 für die Studio-Line des Unternehmens entworfen hat. Es erinnert in seiner Form an glatte, runde Kieselsteine

07

„PULS“  
STEFANIE HERING  
HERSTELLER: HERING BERLIN

„Puls“ nennt sich das meistverkaufte Dekor der Porzellanmanufaktur Hering Berlin. „Wir drehen unsere Teller mit Maschinen in Formen ein, womit wir die immer gleiche, perfekte Form erhalten. Dann wird jede Oberfläche von Hand gearbeitet und jedes Stück wieder zum Unikat.“

10

„LIGHTSCAPE“  
RUTH GURVICH  
HERSTELLER: PORZELLANMANUFAKTUR NYMPHENBURG

Zum 300-jährigen Jubiläum der Erfindung des weißen Goldes sorgte 2010 dieses wie Papier anmutende Porzellanservice von Nymphenburg für Furore. „Lightscape“ gibt es in reinem Weiß oder in einer Version mit hellgrünem, aquarellartigem Dekor

08

„URBINO“  
TRUDE PETRI  
HERSTELLER: KPM

Trude Petri gestaltete das mit vielen Designpreisen ausgezeichnete Porzellan-service „Urbino“ Anfang der Dreißigerjahre für KPM. Es ist auch mit verschiedenen Dekoren erhältlich, aber der Klassiker ist die rein weiße Version. Spannung erhält diese durch einen goldenen, silbernen oder schwarzen Rand

11

TRINKSERVICE NO. 248  
ADOLF LOOS  
HERSTELLER: LOBMEYR

Das „Trinkservice No. 248“ stammt aus der Feder des Architekten Adolf Loos, der bekanntlich alles Ornamentale ablehnte, ja sogar als Verbrechen bezeichnete. 1931 für die American Bar in Wien entworfen, wird es bis heute von Lobmeyr produziert

09

„MONO-A“  
PETER RAACKE  
HERSTELLER: SEIBEL DESIGNPARTNER

Vom Ladenhüter zum Designklassiker: Das Tafelbesteck „mono-a“ entwarf der gelernte Silberschmied Peter Raacke Ende der Fünfzigerjahre. Es folgt ganz seinem Motto: „Design ist die Einfachheit moderner Technologie und die Kunst der Proportion.“

12

TEA WITH THE DRAGON,  
HERSTELLER: PORZELLANMANUFAKTUR MEISSEN

„Tea with the Dragon“ nennt sich ein fragiles Teeservice der Porzellanmanufaktur Meissen. Das klassischzeitlose Dekor mit dem flammend rot gemalten Drachen auf feinem weißem Porzellan lässt den Preis von 780 Euro für zwei Tassen, eine Teekanne sowie ein Schälchen schnell vergessen



MONO-A | PETER RAACKE 09



LIGHTSCAPE | RUTH GURVICH 10



06 SUOMI | TIMO SARPANEVA



07 PULS | STEFANIE HERING



08 URBINO | TRUDE PETRI



TRINKSERVICE NO. 248 | ADOLF LOOS 11



TEA WITH THE DRAGON | MEISSEN 12



INTERVIEW | CHRISTIAN HAAS

## „Gut und Böse lassen sich nicht so leicht auseinanderhalten“

Der Produktdesigner Christian Haas hat sich mit Entwürfen für Theresienthal, Villeroy & Boch und Nachtmann als Tableware-Spezialist etabliert. Mit pure sprach er ÜBER PARADIESISCHE ARBEITSUMSTÄNDE, NEU INTERPRETIERTE KLASSIK UND SEIN REZEPT GEGEN DIE WEGWERFMENTALITÄT

*pure:* Herr Haas, sind kostspielige Tableware-Produkte gerade in Krisenzeiten eine gute Geldanlage?

**Haas:** Das sehe ich emotionaler. In erster Linie sollten Produkte rund um den gedeckten Tisch Freude machen. Luxus bedeutet für mich, solche Produkte täglich einzusetzen und nicht nur zu besonderen Anlässen. Kaufen, in die Vitrine stellen und warten, dass das Objekt irgendwann mehr Geld wert ist – das finde ich falsch gedacht. Limitierte Editionen und Sammlerstücke können natürlich im Wert steigen, aber als klassische Geldanlage sehe ich diese Produkte nicht.

*pure:* Wie gestaltet sich Ihre langjährige Zusammenarbeit mit dem Unternehmen Villeroy & Boch?

**Haas:** Ich schätze an Villeroy & Boch das große Vertrauen, das mir dort entgegengebracht wird. Außerdem die fundierte und konzeptionelle Herangehensweise bei der Produktentwicklung. Der Kunde und seine Bedürfnisse stehen immer im Mittelpunkt. Um ihn herum wird ein schlüssiges Lifestyle-Konzept kreiert – da geht es nicht nur um ein neues Tischservice. Diesen ganzheitlichen Ansatz finde ich sehr smart und der Erfolg gibt der Firma recht.

*pure:* Sie haben bereits als junger Designer für die Kristallmanufaktur Nachtmann gearbeitet. Wie kam es dazu?

**Haas:** Als Diplomarbeit hatte ich eine Home Collection mit Tablett, Votivständern, Kerzenhaltern und Lederkissen für den Modehersteller Marc O'Polo konzipiert, die dann auch produziert wurde. Der Marketingleiter von Marc O'Polo wechselte dann ein paar Jahre später zu Nachtmann und holte mich ins Boot.

*pure:* Ist es ein Unterschied, ob man mit einem Massenhersteller wie Rosenthal zusammenarbeitet oder mit einer Manufaktur wie Theresienthal, für die Sie künstlerisch ambitionierte Produkte in kleiner Stückzahl entworfen haben?

**Haas:** Natürlich. Die künstlerischen Freiheiten sind bei Manufakturen größer und die unmittelbare Zusammenarbeit mit

den Verantwortlichen und Handwerkern ist paradiesisch für einen Designer. Ideen können schneller und unkomplizierter ausprobiert werden als in großen Organisationen.

*pure:* Hersteller wie Theresienthal, Lobmeyr oder Hering Berlin haben einen künstlerischen Anspruch, bei dem das Handwerk eine große Rolle spielt. Können diese kostspieligen Nischenprodukte jemals eine größere Käuferschicht erreichen?

**Haas:** Das Exklusive trägt ja gerade den Namen, weil es den Anspruch haben sollte, von der breiten Masse zwar begehrt, aber nicht unbedingt gekauft zu werden. Dass Manufakturware bis zu einem gewissen Grad zu einem Nischenmarkt geworden ist, liegt an der gesunkenen Bereitschaft der Kunden, für Produkte des gedeckten Tisches Geld zu investieren. Aber der Nische gehört die Zukunft der Konsumwelt.

*pure:* Was ist so faszinierend am Handwerk?

**Haas:** Die unmittelbare Umsetzung einer Idee in ein greifbares Produkt und die Spezialisierung auf ein bestimmtes Betätigungsfeld. Ein großes Know-how und Erfahrung mit dem Material imponieren mir.

*pure:* Welche Eigenschaften muss ein Designer besitzen, der Produkte für den gedeckten Tisch entwirft?

**Haas:** Er sollte sich als Generalist verstehen und Empathie für die Firma entwickeln, für die er entwirft. Visionäre Tendenzen, ganzheitliches Denken, Perfektionismus und Umgänglichkeit sind mit Sicherheit ebenso förderlich.

*pure:* Ist die Durchsetzung eines eigenständigen Formenvokabulars überhaupt möglich, wenn man für ganz unterschiedlich positionierte Hersteller arbeitet?

**Haas:** Ich denke schon, dass meine Entwürfe eine eigene Handschrift tragen, auch wenn sie für unterschiedliche Hersteller konzipiert sind. Mein Kopf und das persönliche ästhetische Empfinden lassen sich ja nicht einfach abschalten beim Arbeiten.

▶ 1974 geboren, studierte Christian Haas Industriedesign in München. Seit zwölf Jahren ist er selbstständig mit Büros in Paris und München und hat für seine Produkte zahlreiche Designpreise gewonnen. Vorwiegend im Bereich Porzellan und Glas tätig, arbeitet er auch als Interior-Designer und entwirft unter seinem eigenen Label die viel beachtete Leuchtedition „Ropes“. Haas betrachtet die Arbeit mit archaischen Gefäßen und deren Proportionen als wichtig für die Entwicklung eines eigenständigen Formenvokabulars.

Im Idealfall lässt eine gute Serie die DNA der Firma und die Handschrift des Designers erkennen. Bei den Editionen von Theresienthal ist das meiner Ansicht nach so.

*pure:* Wie wichtig sind Designernamen in der Porzellan- und Glasindustrie?

**Haas:** Das Produkt sollte immer der Hero sein. Denn wenn es nicht überzeugt, bringt auch der schillerndste Name nichts.

*pure:* Die Produktwelten von heute bewegen sich zwischen Luxus- und Billigsegment.

**Haas:** Beides hat seine Daseinsberechtigung. Ich denke, dass Luxus- und Billigwaren zukünftig stärker als bisher miteinander gemischt werden. Da sehe ich Parallelen zur Mode und ich finde die Kombination von günstigen und teuren Produkten auch gut und unserer Zeit entsprechend. Günstig ist ja nicht per se schlecht und Teuer kann wiederum geschmacklos sein. Gut und Böse lassen sich nicht so leicht auseinanderhalten.

*pure:* Wo sehen Sie die Trends für den gedeckten Tisch?

**Haas:** Haptik und Stofflichkeit für den gedeckten Tisch werden meiner Ansicht nach immer interessanter, gerade auch für ein breiteres Publikum. Gimmicks und trendiges junges Design wirken dagegen eher gestrig. Neu interpretierte Klassik und archaisch-unkomplizierte, authentische Konzepte mit einer gewissen Griffigkeit sehe ich auf dem Vormarsch.

*pure:* Spielt dabei das Thema Nachhaltigkeit eine Rolle?

**Haas:** Wenn Nachhaltigkeit nicht nur zum schmückenden Trendbegriff ohne Inhalt wird, dann ja. Vernünftiges Entwerfen in Bezug auf die Fertigung und vor allem ästhetische Langlebigkeit der Produkte sind für mich die besten Mittel gegen die Wegwerfmentalität.

*pure:* Sie sind vor drei Jahren mit Ihrem Designbüro von München nach Paris gezogen. Warum?

**Haas:** Um neuen Input zu bekommen. In einem anderen Land zu leben und zu arbeiten ist aufregend. Damit verändert sich die Herangehensweise an das Entwerfen automatisch. Es ist einfach spannend.

*pure:* Was ist Ihr persönlicher Tableware-Klassiker?

**Haas:** Die Vasen, die Alvar Aalto für Iittala entworfen hat. Sie sind an Perfektion nicht zu überbieten. In so einer Vase sieht selbst ein einfacher Bund Ranunkeln vom Markt fantastisch aus.



Bei gesundem Essen mache ich schon mal eine Ausnahme. Bei gesundem Wohnen nicht.



In jahrzehntelanger Forschung haben wir ein ganzheitliches Konzept für gesundes Wohnen entwickelt, das weit mehr umfasst als schadstoffgeprüfte Materialien: wirkungsvollen Schutz vor Belastungen durch Elektromog dank der einzigartigen Xund-E-Schutzebene oder auch ein ausgeglichenes Raumklima aufgrund von atmungsaktiven Außenwänden.

Lassen Sie sich von unserem ganzheitlichen Gesundheitskonzept überzeugen. Und von unserem Stilwelten-Katalog inspirieren unter Telefon 0 83 36 - 9000, [www.baufritz-pu.de](http://www.baufritz-pu.de)



 **BAUFRITZ**  
Der Ökohaus-Pionier seit 1896