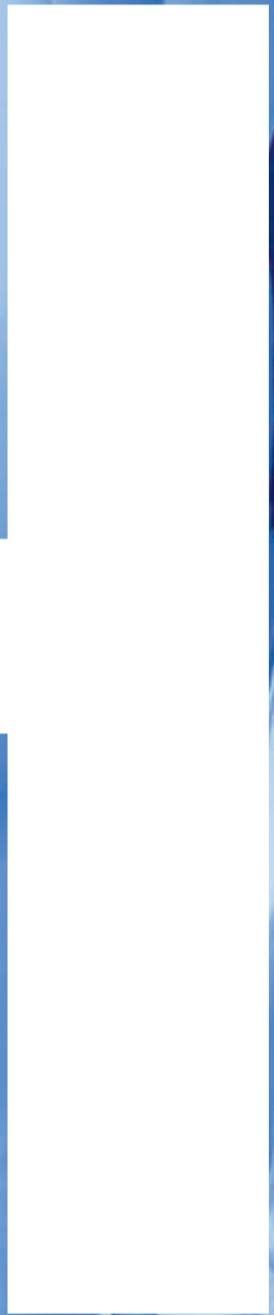


koziol

Made in Odenwald



90 JAHRE KOZIOL
1927–2017

DINING

design by koziol

»CRYSTAL

Design: koziol werksdesign



LIVING

design by koziol



»STELLA SILK S

Design: koziol werksdesign

100%
DESIGN
MADE IN GERMANY

Gutes Design mit gutem Gewissen

Interview mit dem „Glücksfabrikanten“ Stephan Koziol

Was bedeuten 90 Jahre Koziol für Sie, Stephan Koziol, als Inhaber?

90 Jahre Koziol bedeuten 90 Jahre Kreativität, neue Ideen, aufregende Erlebnisse, wunderbare Menschen. Es bedeutet, einfach 90 Jahre lang positive Gefühle in die Welt zu bringen und Produkte zu realisieren, die den Menschen Freude machen. Der britische Designer Sebastian Conran sagte einmal über unsere Produkte „Koziol puts a smile on my mind“. Das größte Lob, das ich mir vorstellen kann.

Welchen Titel würden Sie Ihrer Arbeit rückblickend geben?

Am liebsten ist mir der Glücksfabrikant. Er verbindet die Möglichkeit, Positives in die Welt zu bringen mit den Möglichkeiten zu gestalten. Mit vielen inspirierenden Mitarbeitern, Designern, Kunden, Partner, Geschäftsfreunden und Kollegen sich austauschen zu dürfen und tatsächlich Ideen in reale Produkte umzusetzen. Das kann sonst nur ein Künstler und das hat mich von Anfang an fasziniert, dass diese Möglichkeit mit dem Unternehmen Koziol besteht.

Welche Epochen waren die prägendsten im Unternehmen und warum?

Beginnen wir mit dem Gründungsmythos. Mit der Arbeitslosigkeit meines Vaters, des Gründers Bernhard Koziol, mit seiner Ein-Mann-Elfenbein-Werkstatt im Schlafzimmer. Hier wurde aus der Not heraus das Unternehmen Koziol geboren. Zum einen war verinnerlicht, dass nur in Verbindung mit handwerklicher Kunst, so wie es der Großvater in der eigenen Töpferei vorleb-

te, die Zukunft liegt. Zum anderen wurde aber schnell erkannt, dass mit einer industriellen Technologie am Ende eine viel größere Zielgruppe erreicht werden kann. Das war schon mit dem Elfenbein möglich, aber erst der Quantensprung 1931 zum Kunststoff-Spritzguss schaffte die technischen Voraussetzungen, um die Koziol-Philosophie auch kommerziell erfolgreich in die ganze Welt tragen zu können.

Zwei Weltwirtschaftskrisen und ein Weltkrieg mussten dabei überwunden werden. Die Kunst war es, immer die Balance zwischen dem, was man gerne möchte und dem, was man tatsächlich kann zu finden. Am Ende entschied jedoch der Markt (und wenn es im zweiten Weltkrieg der Wunsch nach nachleuchtendem Schmuck war), ob ein Produkt erfolgreich wurde oder nicht. Die ganze koziol Geschichte ist wunderbar in unserem Glücksfabrik-Museum live zu erleben.

Welches Erbe traten Sie an?

Als ich 1979 in die alleinige Verantwortung gekommen bin, hatte mein Vater 52 Jahre lang das Unternehmen patriarchalisch und erfolgreich geführt. Zum damaligen Zeitpunkt änderte sich jedoch die Kundenstruktur dramatisch. Wir hatten auch damals schon über 50% internationale Umsatz, in Europa und Übersee. Aber ein Teil unserer Kundschaft, speziell das Souvenir-Geschäft, verschwand, da der Endkonsument nach anderen Produktinhalten suchte.

Die Möbelhäuser, die Einkaufsmärkte und Kaufhäuser entwickelten sich und es war die größte Herausforderung, für diese veränderte Kundenklientel weiterhin das richtige Angebotsportfolio bereitzustellen.

In den vergangenen Jahrzehnten ist es uns gelungen, unsere Marke Koziol mit einem er-

lebbaren Glücksversprechen zu versehen und in das Bewusstsein der Menschen zu bringen. Dazu war ein striktes Festhalten an unserer „Made in Germany“-Philosophie mit allen damit verbundenen Qualitätsgarantien ebenso eine Voraussetzung, wie die Entwicklung einer eigenen Designsprache, die ein Koziol-Produkt unverkennbar im Markt macht. Das Verständnis für gutes Design ist inzwischen international und wir sind stolz auf das Feedback unserer internationalen Koziol-Fan-Gemeinde ebenso wie auf die Auszeichnungen durch professionelle Design-Jurys. Koziol steht nach wie vor für „Gutes Design mit gutem Gewissen.“

Hinter den Kulissen

Vieles hat sich im Unternehmen ereignet, das für den Kunden unsichtbar bleibt. Unsere Leitidee „Wir irren voran“ hat sich oft bewahrheitet. Um innovativ zu sein, mussten wir Risiken eingehen – und wenn es klappte, ist manchmal daraus sogar ein neues Branchensegment erwachsen. Das gilt beispielsweise für den weltweit ersten CD-Tower Manhattan ebenso wie für unsere Designer-Spülbursten Tim und Tweetie, den Luftbefeuchter Balduin, die henkellose Tasse Aroma und unsere Taschen-Kollektion, um nur einige Beispiele zu nennen. Sie stellten eine echte Erneuerung dar und blieben im Markt nicht alleine.

Aber wie schon Joachim Ringelnatz sagte: Sicher ist, dass nichts sicher ist. Selbst das nicht.

IMPRESSUM
Photographer: Markus Palzer | LAVILLE - FOTOGRAFIE Stefanie Laville |
MW Fotostudio Manfred Weber Fotografie
Concept & Text: Marion Koziol | Jan Geschke | Ires Fockens | Katrin Bode
Grafik: Obla Design, Bad König | Susanne Böning | Nathalie Bohländer
Print: Drukkerij Tesink

Design Klassiker



1927

»Brosche

Mit Elfenbein fing's an, doch bereits wenige Jahre später wurde das Spritzgießverfahren erfunden und damit ging es deutlich schneller und ganz ohne Elefant. Die Idee zur Souvenirbrosche war geboren.



1960

»TRAUMKUGEL®

Was einst im Schneetreiben begann, ist heute als eigene Gattung in der ganzen Welt als Schneekugel bekannt. Wer hat's erfunden? Bernhard Koziol auf der Fahrt mit seinem VW-Käfer. Er sah durch die Rückscheibe ein Reh unter verschneiten Tannen stehen und die Idee war geboren. Von welchem Treiben er gerade zurückgefahren ist, bleibt ungeklärt.



1960

»Röhrender Hirsch

Dieser Klassiker schafft es immerhin wieder durch das Wintersortiment in die Welt, denn was im Odenwald zum guten Ton gehört, kommt nicht aus der Mode.



1996

»Spülbüste TIM

Die Innovation im Küchenbereich: die erste stehende Spülbüste made by Koziol. Der Strubbelkopf trocknet hygienisch und garantiert gute Laune bei der lästigen Hausarbeit.



1997

»BABELL Etagere

Warum heißt die Etagere Babell? Wer schon mal etwas vom Turmbau zu Babel gehört hat und sich dann noch ein schönes Serviermädchen mit dem Namen vorstellt, hat die ideale Etagere schon vor Augen. Vielleicht heißt sie aber auch einfach nur so, weil sie eine schöne Etagere ist.



1997

»BOTTICELLI Zuber

Wer den Begriff Bottich noch kennt, kann die neue Wortschöpfung diesem formschönen, zeitlosen, in unzähligen Farben und Größen erhältlichen Zuber zuordnen.



1998

»SET UP Flaschenregal

Ein Set Up ist eigentlich eine Konfiguration. Die zusammengesetzt etwas Neues ergibt. In diesem Fall 1001 Variante für Regale, Theken, Wandgestaltungen bis Lichtobjekt, wenn man es noch hinterleuchtet.



1998

»TASCHE

Einzigartig. Unverwechselbar. Eine Tasche, die einfach das ist, wie sie heißt. Punkt.



1999

»AROMA Tasse

Was drin ist sorgt für den unverwechselbaren Namen: Aroma. Wegen dem abben Henkel, um eine Tasse auf das Wesentliche zu reduzieren und gleichzeitig für einen sinnvollen Hitze schutz innen und außen zu sorgen.



2000

»BIG APPLE Obstschale

Ein großer Name für einen noch größeren Apfel(teller).



2001

»TOQ Toilettenbürste

Toq heißt eigentlich Adler – bei Koziol ist es das für den Adler berühmte Auge. Jetzt auch im Bad mit Adleraugen für Ordnung und Sauberkeit achten. War auch schon ein Geschenk für Kanzlerin Merkel, damit sie mit Adleraugen ihren Job durchführen kann (Welchen Sch... auch immer).



2002

»STEP'N PEP Salz- & Pfefferstreuer

Die kleinen Salz- und Pfefferstreuer tanzen um die Wette und bleiben auch notfalls zusammen durch clevere Magnetverbindungen. Sorgt für Unterhaltung am gedeckten Tisch.



2004

»AUDREY Teesieb

Ein schöner Name und deshalb passend für einen schönen Anlass – dem stilvollen Zubereiten von Aufgusstee. Mit integrierter Ablage für den benutzten Filter.



2006

»JOSEPHINE Leuchte

Was als neues Geschäftsfeld (Jetzt machen die auch noch Leuchten!) im Selbstversuch gestartet ist, hat sich unter dem Namen Josephine etabliert. Der Name bedeutet „(Gott) fügt noch hinzu“.



2011

aus
90 Jahren
koziol

award winning design

»LEAF Salatschale

Da haben wir den Salat. Und zwar endlich in einer Schüssel, die groß und schön genug ist. Mit elegant integriertem Besteck, subtil geformt vom berühmten Londoner Designer Cairn Young.



2017

»KANT

Ein Polygon ist ein Vieleck und ganz viele davon ergeben eine Snackschale. Oder auch 'ne Pommesgabel. KANT zeigt klare Kante und setzt neue Maßstäbe in der Küchenausstattung.

Art at Work

Inspiration aus der ganzen Welt



»TASCHE

Alessandro Mendini
Maria Christina Hamel



Platt & Young

Robin Platt wurde 1962 in Südafrika geboren. Er studierte Möbeldesign am London College of Furniture und erhielt 1989 den New Designers Award. Der Designer liebt organische Formen und kurvenreiche, spielerisch leichte Linien. Inspirieren lässt er sich gerne durch die Natur, die durch die Variation einfachster Elemente eine endlose Formenvielfalt entstehen lässt.

Cairn Young ist Jahrgang 1963 und stammt aus Kalifornien. Auch er studierte in London an der Kingston University. Seinen Formen nähert sich Young oft auf experimentelle und spielerische Art, für ihn ist Gestaltung immer mit Bewegung verbunden und diese Leichtigkeit lässt er fast wie zufällig in seine Produkte einfließen.

Seit 1991 haben die beiden ein gemeinsames Designbüro in London, realisieren daneben jedoch auch eigene Projekte. Zu ihren Auftraggebern gehören Firmen wie Driade, Magis, Rosenthal, Baccarat oder Artquitect. Für kozioł realisierten sie die außerirdisch gute Badkollektion TOQ.

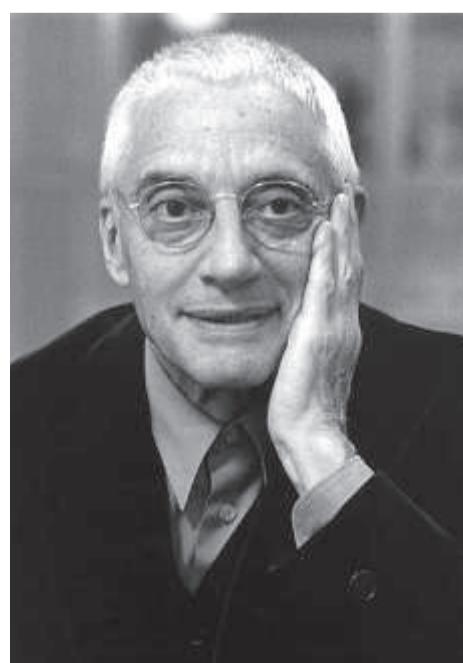
»TOQ TOILETTENBÜRSTE



Maria Christina Hamel wurde 1958 in Neu-Delhi geboren und ist eine der bedeutendsten Designerinnen Italiens. Sie schloss ihr Studium an der School of Design in Mailand 1979 ab und wurde Assistentin von Alessandro Mendini. Sie leitete Arbeitsgruppen für Alessi, Swarovski, Rado, Swatch und Türler. 1992 entstand ihre Keramik-Arbeit „Una zebra a pois“, gefolgt 1993 von „Mille bolle blu“. Vor allem durch ihre Arbeiten für renommierte Glas- und Porzellanhersteller hat sie sich einen Namen gemacht.

Alessandro Mendini ist Trendsetter seiner Zeit. Er ist Begründer der berühmten Mailänder Memphis-Schule und verbindet Kunst, Architektur und Design zu einem faszinierenden Ganzen. Mit berühmten italienischen Designern entwickelte er das sogenannte „Banal Design“, indem er Alltagsobjekte mit Hilfe von innovativen Farben und Formen ein neues, ironisches Erscheinungsbild verschafft. Mendini nennt diesen Vorgang re-design.

Zusammen mit seiner Kollegin Maria Christina Hamel entstand für Kozioł der erste Entwurf für die gesamte Taschen-Kollektion.





koziol werksdesign

Jürgen Diehl, Sandra Weber und Tanja Frei sind die kreativen Köpfe von koziol werksdesign.

Jürgen Diehl, geboren 1961, studierte Industriedesign an der FH Darmstadt. Der diplomierte Designer lässt sich am liebsten durch die Natur inspirieren und ist seit 1990 der Schöpfer zahlreicher bekannter koziol Ikonen wie zum Beispiel die Leuchte Josephine.

Sandra Weber wurde 1972 in Offenbach geboren. Nach dem Abitur absolvierte sie eine Ausbildung zur Tischlerin. Anschließend ließ sie sich an der Staatlichen Zeichenakademie in Hanau zur Goldschmiedin ausbilden. Ihr einmaliges Gespür für gute Formen lässt sie seit 2002 in die Produkte von koziol einfließen.

Tanja Frei, Jahrgang 1977, stammt aus Göppingen und ist ausgebildete Goldschmiedin. Sie studierte Produktdesign an der FH Aachen und gehört seit 2009 zum erfolgreichen Team.

»JOSEPHINE LEUCHTE



Stephan Koziol:

„Design ist das, was im Kopf passiert.“

Ein Designklassiker ist immer erstmal eine Innovation. Er ist ein Aufreger, er stellt Bekanntes in Frage und setzt sich dann gegenüber dem Gewohnten durch. Das kann allerdings Jahre oder auch Jahrzehnte dauern. Ein Designklassiker muss kein kommerziell erfolgreiches Produkt sein, aber es steht oft für eine Epoche, für ein besonderes Lebensgefühl und für eine gesellschaftliche Entwicklung, die er in der Regel vorausnimmt.

Koziol awards:

DESIGN PL+US
Winner 2016

FORM#
2016



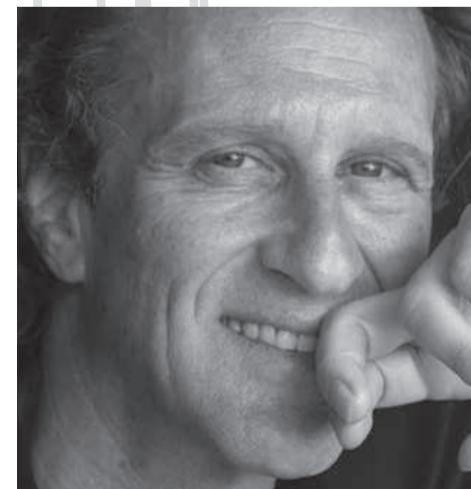
PROMOTIONAL GIFT AWARD 2017



MATTEO THUN

Der Mailänder Architekt und Designer definiert seine Arbeit durch „eco-non ego!“ (Öko – statt Ego). Die Arbeiten des Büros mit rund 60 Mitarbeitern sind bekannter als viele wissen: So stammen beispielsweise die Einrichtung des Edel-Club P1 in München oder das Radisson Blu Hotel in Frankfurt von ihm. Namhafte Firmen wie Swatch, Bulgari, Silhouette, Rosenthal, Artemide, Driade und etliche bekannte Badhersteller waren Auftraggeber. Matteo Thun entwickelte für koziol 1999 das Konzept der Tassenserie AROMA. Damit wurde ein neuer Design- und Funktionsstandard in der gesamten Branche gesetzt.

»AROMA TASSE



LIVING

design by koziol



»BABELL BIG

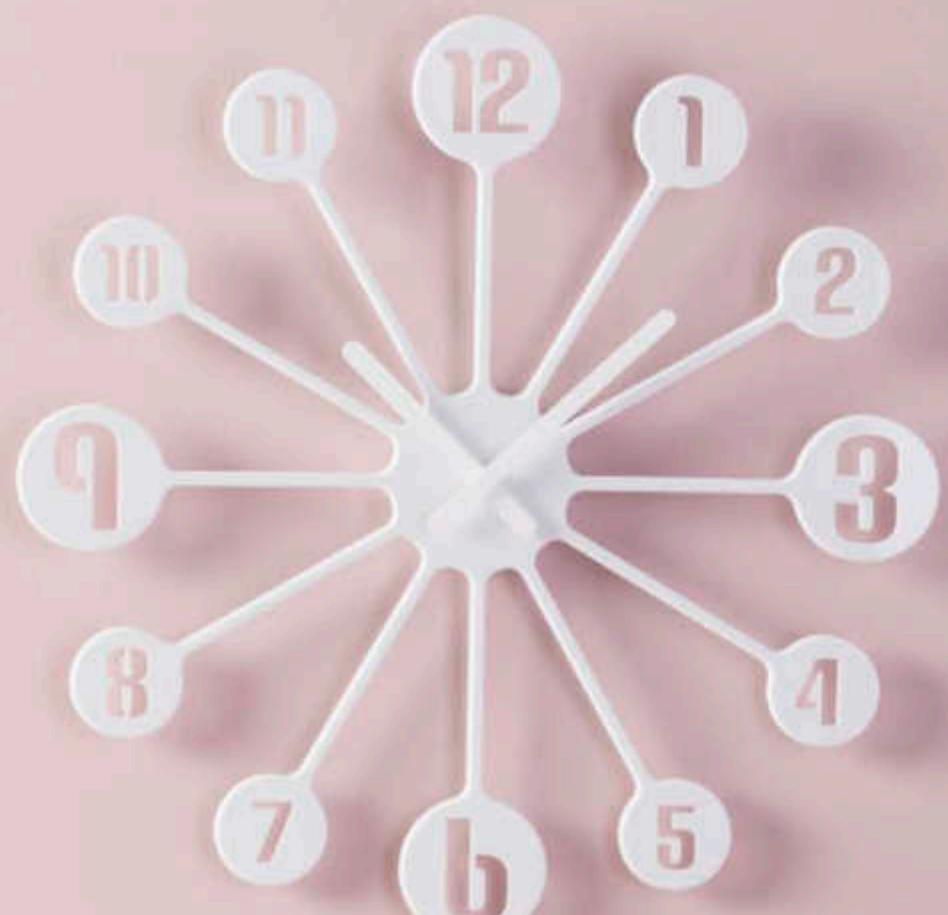
Design: thesevenhints, Wien



100%
DESIGN
MADE IN GERMANY

»ORION

Design: koziol werksdesign



»PINBALL

Design: Frank Person, Darmstadt



»CLARA

Design: Inci Mutlu, Milano



»ORION

Design: koziol werksdesign



Wie der Hippo-Roller in Afrika für Wasser sorgt

von Friedrich Gerst



Immer mehr Menschen in Europa glauben, Plastik wäre von Natur aus schlecht. Und teilen und liken diese simple Botschaft fröhlich auf Facebook. Nicht geteilt und nicht geliked wird das allerdings von den Menschen, die gar keine Computer zum facebooken haben. Die haben nämlich völlig andere Probleme.

1,2 Milliarden Menschen leben in Gebieten mit chronischer Wasserknappheit. In Afrika haben mehr als 50% der Bevölkerung keinen Zugang zu Wasserquellen. Die Beschaffung überlebensnotwendiger Flüssigkeit nimmt jeden Tag Stunden in Anspruch.

Zwei Südafrikaner, Pettie Petzer und Johan Jonker, haben sich des Problems angenommen und ein 90kg Wasserfass entwickelt, das man rollen kann. Durch fast jedes Gelände. Auch, wenn man alt, schwach, krank oder ein Kind ist. Der Hippo-Roller ist aus UV-stabilisiertem Polyäthy-

len, leicht zu reinigen, absolut hygienisch. Er hält 5-10 Jahre und braucht weder Ersatzteile noch Service.

Dafür schont er Rückgrat und Gesundheit seiner Benutzer, verfünfacht die Menge des von einem Einzelmenschen zu transportierenden Wassers und spart seinen Nutzern jeden Tag Stunden von Zeit, die jetzt für ökonomische Aktivitäten eingesetzt werden können. Statt zum Kampf ums Überleben.

Kein Wunder, dass es für diese Erfindung nicht nur Designpreise für hipporoller.org gab, sondern auch die Unterstützung durch das Nationalheiligtum Nelson Mandela. Eine Erfindung, die aus anderem Material herzustellen weder möglich noch ökonomisch wäre. In den 21 afrikanischen Staaten, in denen rollende Kunststoff-Fässer Leben ermöglichen, motzt jedenfalls keiner gegen Plastik.

Genauso wenig wie auf den Flüchtlingsstrecken, auf denen Millionen vor Armut und Krieg flüchten, das wenige, das sie tragen können, in Plastiktüten mit sich führend. Weil das die einfachste, sauberste, leichteste und einzige sinnvolle Transportoption ist.



An den EU-Außengrenzen ist Plastik Lebensretter. Im Übrigen ist es als Erdölbasiertes Produkt deutlich „organischer“ und in der Gesamtkobilanz sinnvoller als viele vermeintlich „gesündere“ Alternativen. In Erbach sind wir stolz darauf, nur sortenreines und jederzeit recyclebares Material zu verwenden. Das seinen Nutzern in jeder Situation sicher und zuverlässig zur Seite steht. Auch, wenn es nicht ums Überleben, sondern „nur“ ums schöneres Leben geht.



90 kg
Wasser in
einem Fass

Material: Gut zu wissen

koziol setzt bei der Verarbeitung aller seiner Kunststoffe auf modernste, energieeffiziente Technologien. In den gesamten Maschinenpark wird kontinuierlich investiert und mit neuester Technik umweltschonend produziert. Zur Verarbeitung gelangen nur thermoplastische Kunststoffe, die zu 100% recycelbar und lebensmittelecht sind. koziol verzichtet gänzlich auf Weichmacher, BPA oder Melamin. Zu den Thermoplasten zählen beispielsweise die Werkstoffe Polyethylen, Polypropylen oder Polystyrol.

Die Kunststoffe werden im Spritzgießverfahren verarbeitet, hierbei wird Kunststoff-Granulat bei Temperaturen von 180°-250°C verflüssigt und mit hohem Druck in eine Stahlform eingespritzt. Ist die Form gefüllt, beginnt die Auskühlphase, in welcher das Spritzgussteil erkaltet und erstarrt. Die Form öffnet sich und das fertige Teil wird ausgeworfen. Ein Zyklus kann je nach Wandstärke zwischen 20 Sekunden und 2 Minuten dauern. Da der Kunststoff bei dieser Methode lediglich seinen Aggregatzustand kurzfristig ändert, entstehen keinerlei Dämpfe oder Abgas. Dieser Vorgang ist reversibel, d.h. er kann beliebig oft wiederholt werden.

Thermoplaste sind im Gegensatz zu Melaminharzen oder Porzellan zu 100% recyclingfähig, sie können als Sekundärrohstoff eingesetzt und somit einem sinnvollen Wertstoffkreislauf zugeführt werden. Sie sind das modernste Material des 21. Jahrhunderts.

Die verwendeten Farbpigmente werden ausschließlich in Deutschland speziell für die zur Verarbeitung kommenden Kunststoffe angefertigt. Alle Farben sind zertifiziert und physiologisch unbedenklich.

Das bestätigt auch das Verbrauchermagazin ÖKOTEST, das die originellen koziol Produkte bereits mehrfach unter die Lupe nahm und durchweg mit der Note „Sehr gut“ bewertete. Zuletzt unseres Zuber BOTTICELLI (Heft 1/2015).

koziol stellt nur Produkte her, für die Kunststoff der beste und nachhaltigste Werkstoff ist und setzt dazu auf ein originelles Design, das lange Freude macht, denn eine hohe Produkt-Lebensdauer ist immer noch der beste Umweltschutz. koziol-Produkte sind wahre Lebensbegleiter, viele der Designs sind bereits seit über 20 Jahren in der Kollektion!



»BOTTICELLI ZUBER
Design: koziol werksdesign

ÖKO-TEST
koziol
»BOTTICELLI M
karibikblau
sehr gut
Ausgabe 01/2015

Was nach dem Erdöl kommt

Kunststoff aus Zuckerrohr – zum Beispiel



Wie wird aus Zuckerrohr Kunststoff?

Der Pflanzensaft des Zuckerrohrs wird zunächst zu Alkohol vergoren. Anschließend wird der Alkohol durch Dehydrierung in Gas umgewandelt und anschließend unter dem Einfluss von Druck und Temperatur zu Polyethylen vernetzt. Die nötige Prozessenergie liefert das Stroh des zuvor ausgepressten Zuckerrohrs, die sogenannte Bagasse. Das Zuckerrohr wird somit komplett verwertet.

Die Ökobilanz kann sich sehen lassen: Die Herstellung einer Tonne grünen Kunststoffs bindet bis zu 2,5 Tonnen CO₂. Man kann hierbei von einer CO₂-neutralen Produktion sprechen. Einziger Abfallstoff ist Wasser.



Anette Lang – Designerin der Sense Serie

»SENSE

SENSE ist eine Kollektion aus Kunststoff, der zu 100% aus Zuckerrohr gewonnen wird. Bei der Rohmaterialgewinnung werden sowohl der Saft als auch das Stroh der Pflanze komplett verwertet – mit einer guten Ökobilanz: die Herstellung einer Tonne dieses Kunststoffs bindet bis zu 2,5 Tonnen CO₂. Einziger Abfallstoff ist Wasser. Das Material ist zu 100% recycelbar.

fläche für Zuckerrohr ist verlassenes Weideland, das von der Industrie zum Zuckerrohranbau genutzt wird. Daher sind die Auswirkungen auf die Nahrungsmittelindustrie nur minimal.

Wie groß ist der Preisunterschied zu erdölbasiertem Kunststoff?

Der Bio-Kunststoff ist ca. 70% teurer als erdölbasiertes Polyethylen.

Design

Die Schönheit der Natur gab die Inspiration für die ästhetische Bad-Serie der Designerin Annette Lang. Die fließenden Formen bezaubern mit harmonischen Schwüngen und Silhouetten von Blättern – die sich je nach ihren funktionalen Aspekten zusammengerollt oder entfaltet präsentieren. Die sorgfältig gestalteten Objekte verbreiten im Bad eine moderne und ökologisch geprägte Designästhetik, die durch das neue Biomaterial um die zeitgemäße Komponente Nachhaltigkeit erweitert wird. Somit ist es nur ein kurzer Weg vom guten Gefühl zum guten Gewissen!

»SENSE WC-ROLLENHALTER



»SENSE TOILETTENBÜRSTE



»SENSE ERSATZROLLENHALTER



Heimat reloaded

Die Streuobstwiesenretter stellen sich vor



Viele Menschen möchten einmal in ihrem Leben einen Baum pflanzen. Am besten ist es, wenn dann die Wahl auf einen Streuobstbaum fällt, der neben dem Fruchtertrag auch noch das Landschaftsbild bereichert und einen wichtigen Beitrag zum Naturschutz leistet. Außerdem wird dadurch der Erhalt der biologischen Vielfalt unterstützt, da viele alte Obstsorten vom Aussterben bedroht sind.

Das Besondere an den Streuobstbäumen ist, dass es sich bei ihnen um Kulturpflanzen handelt, die eine lebenslange Pflege benötigen, und nicht, wie beispielsweise unsere Waldbäume, ohne den Menschen auskommen. Deshalb müssen die Bäume vor allem in den ersten Jahren ausreichend gepflegt werden, wenn aus ihnen mal große Obstbäume werden sollen. Dann können sie (je nach Obstsort und Sorte) auch problemlos bis zu 200 Jahre alt werden.

Leider ist das notwendige Fachwissen zur Pflanzung und Pflege von Streuobstbäumen während den vergangenen 60 Jahren weitgehend verloren gegangen, sodass viele der neu gepflanzten Obstbäume nicht ausreichend gepflegt werden und frühzeitig absterben. Um dem entgegenzuwirken, haben wir uns entschlossen, auf den Flächen der Stadt Bensheim und jetzt neu auch im Odenwald am Standort Erbach Pflanzaktionen mit Baumpaten durchzuführen. Die Baumpaten geben eine Geldspende für den Baum und wir stehen bei den regelmäßig stattfindenden gemeinsamen Pflanz- und Pflegeaktionen mit Rat und Tat zur Seite. Auf diese Weise können die Baumpaten Schritt für Schritt das nötige Fach-

wissen zur Anlage und Pflege von Streuobstwiesen erlernen und bauen außerdem auch ein persönliches Verhältnis zu dem Patenbaum auf. So werden mit diesen Projekten die alten Baumbestände durch Ergänzungspflanzungen nach und nach verjüngt und die Attraktivität der Fläche (wieder) erhöht bzw. dauerhaft erhalten.

Da wir als Streuobstwiesenretter mit unseren Aktivitäten vor allem auch das Interesse der Öffentlichkeit an den Streuobstwiesen wecken und deren Bedeutung und Nutzen für uns und die Natur stärker in das Bewusstsein rücken möchten, haben wir uns entschlossen, auch weitere Aktionen wie z.B. einen Lehrpfad, den „Streuobstrettungsweg“ anzulegen, Apfelwein-Wettbewerbe und Events rund um das Thema zu initiieren. Hierzu möchten wir auch die vorhandenen Altbäume instand setzen, die Obstsorten bestimmen und die Bäume mit Sortenschildern versehen. Außerdem wollen wir verschiedene Wildobstgehölze anpflanzen und Infotafeln zu verschiedenen Themen wie beispielsweise über Anlage und Pflege von Streuobstwiesen, aber auch zur Imkerei, Naturschutzmaßnahmen usw. anbringen.

Wer sind die Streuobstwiesenretter?

Mit Humor, innovativen Ideen und Fachwissen lassen sich Erwachsene und Kinder leicht für wichtige Themen wie den Naturschutz begeistern. Mit dieser Einstellung haben sich im Oktober/November des Jahres 2011 Martin Schaarschmidt, Benedikt Kuhn, Florian Schumacher und Marco Daub zusammengefunden. In gemeinsamer Arbeit auf vielen Bereichen wurde die Initiative der „Streuobstwiesenretter“ aus der Taufe gehoben, die sich als Netzwerk-Plattform der Naturbegeisterten versteht. Der Öffentlichkeit wurde die Idee des aktiven Naturschutzes mit einer Pflanzaktion mit privaten Baumpaten und Baumpatenschaften von Vereinen und einem Kindergarten vorgestellt. Jetzt hat sich koziol als Förderer der Streuobstwiesenretter 2016 stark gemacht und im Rahmen des Apfelfestes für die Etablierung in Erbach/Odenwald gesorgt.

Die Umsetzung der Aktivitäten, begleitet von der Homepage www.streuobstwiesenretter.de stellt eine große Chance dar, verschiedene Menschen aller Altersklassen und Vereine aller Art in einem offenen, überregionalen Netzwerk zu vereinen. Wir finden den Ansatz richtig, Artenschutz mit Kreativität und Spaß zu vermitteln und hoffen auf aktive Unterstützung.

Baumpatenschaft

Auf den Projektflächen der Initiative Streuobstwiesenretter „Odenwald“ besteht die Möglichkeit, eine Baumpatenschaft zu übernehmen. Damit werden entweder bestehende Streuobstwiesen erhalten und fachgerecht gepflegt oder auch neue Bäume mit alten Sorten neu angepflanzt. Der Baumschutz, Erhalt und die Pflege der Bäume erfolgt dabei durch ausgebildete Fachpfleger. Es besteht die Möglichkeit, beim Ernten und Keltern mitzuhelfen. Inbegriffen sind außerdem jährlich 3 l frisch gekelterter Saft.

Streuobstwiese – was heißt das?

Eine Streuobstwiese wird als „extensiv genutzte Kombination von Hochstamm-Obstbäumen und Grünland“ definiert (vgl. RÖSLER 1996). Streuobstwiesen besitzen einige charakteristische Merkmale, die jedoch nicht immer alle zwingend vorhanden sein müssen. Diese sind:

- Großkronige und starkwüchsige Obstbäume
- Zerstreuter Bestand
- Verschiedene Obstarten und Sorten
- Unternutzung als Wiese oder Weide
- Nahezu oder völlige Pestizid- und Mineraldüngerfreiheit

Weitere Informationen unter
www.streuobstwiesenretter.de
info@streuobstwiesenretter.de



Glücksfabrik Apfelfest
Sonntag
24. September
10.00 bis 18.00 Uhr

Baumpatenschaften
Kinderprogramm
Apfel-Köstlichkeiten
Mobile Kelterei
Frühschoppen

GLÜCKSFABRIK
koziol

Die koziol Glücksfabrik
Werner-v.-Siemens-Str. 90
64711 Erbach



»MINI APPLE LESEZEICHEN
Design: Frank Person/koziol werksdesign



»TYLER APFELTEILER
Design: Seventh Sense/koziol werksdesign



»BIG APPLE SCHALE
Design: Maria Berntsen, Copenhagen



»BOSKOP FRÜHSTÜCKSDOSE
Design: Luisa Finke, Berlin



Der Apfel
fällt nicht weit
vom Stamm

Die geräumige Apfel-Lunchbox ist gedacht für alle, die auch unterwegs, im Büro oder auf Reisen, gerne etwas Verträgliches essen. BOSKOP bietet viel Platz für doppelt und dreifach belegte Brote, Brötchen und natürlich auch Obst. Die Blätter des Apfels sind formschöner Verschluss der Box. Besonders raffiniertes Detail: das „Häuschen“ mit zwei Apfelkerzen ist als Relief auf dem Boden zu sehen.



Mirko Reeh

Der bekannte TV-Koch Mirko Reeh hat sich mittlerweile um die ganze Welt gekocht. Schon früh verband er die Leidenschaft zum Kochen mit seiner Fähigkeit, Menschen zu unterhalten.

Seine Kochkurse sind legendär und er servierte auch schon der Politprominenz seine Kreationen, beispielsweise bei Diners der Deutschen Bundesregierung und auf dem Wirtschaftsgipfel in St. Petersburg.

Bei TV- und Radiosendern ist er eine feste Größe, unter anderem mit den Formmaten „Koch Undercover“ und „Weltenbummler“ sowie „Kampf der Köche“ auf Sat1. Daneben schreibt der Bestsellerautor bereits seit über zehn Jahren Kochbücher und kommt mittlerweile auf 35 verschiedene Titel. „Handkäs Deluxe 1 & 2“ waren in allen deutschen Bestsellerlisten unter den Top 10.

Mirko Reeh betreibt zwei Kochschulen auf Mallorca und in seiner Heimatstadt Frankfurt, dort hat er auch den Private Food Club gegründet.

Bei allem beruflichen Engagement verliert Reeh auch seine soziale Verantwortung nicht aus den Augen, so ist er Botschafter der Stiftung Deutsche Selbsthilfe Angeborene Immundefekte e.V. (dsai) und setzt sich in verschiedenen Projekten für Kinder ein.

Für das Odenwälder Unternehmen Koziol hat Mirko schon etliche Produkte mitgestaltet. Seine unvergesslichen Kochkurse und Events in der koziol-Glücksfabrik sind heiß begehrt und regelmäßig nach kürzester Zeit ausgebucht. Aktuelle Kochkurse sind im Eventkalender unter www.koziol-gluecksfabrik.de zu finden, Voranmeldung erforderlich. Auch als Geschenkgutschein buchbar.



»DOSIS MESSBECHER

Design: Langkop Design, Lorch



»SNAP L SCHNEIDEBRETT
Design: Thomas Junk & Franziska Fuchs, München



Salat von Birne, Gorgonzola und Baby Spinat

Für 4 Personen | Zubereitungszeit: ca. 40 Minuten

Zutaten:

400 g gekochte Rote Beete
100 g Radieschen
4 süß eingelegte Gürkchen
3 Frühlingszwiebeln
1 Orange
1 Grapefruit
1 Zitrone
1 Limette
6 EL Olivenöl
200 g Ziegenkäse
Pfeffer und Salz



Rote Beete Salat mit Zitrusfrüchten und Ziegenkäse

Für 4 Personen | Zubereitungszeit: ca. 40 Minuten

Zutaten:

400 g gekochte Rote Beete
100 g Radieschen
4 süß eingelegte Gürkchen
3 Frühlingszwiebeln
1 Orange
1 Grapefruit
1 Zitrone
1 Limette
6 EL Olivenöl
200 g Ziegenkäse
Pfeffer & Salz

Zubereitung:

Rote Beete und Radieschen achtern. Eingelegte Gürkchen in Scheiben schneiden. Frühlingszwiebeln mit dem Grün in Rauten schneiden. Den Zitrusfrüchten mit einem scharfen Messer die Haut herunter schneiden, dann in Scheiben schneiden.

Alles zusammen auf Tellern portionieren. Den Käse darüber bröseln, ordentlich Olivenöl darüber geben und mit Pfeffer und Salz würzen.

Zubereitung:

Den Zucker in einer Pfanne karamellisieren. Die Walnüsse darin schwenken, danach auf ein Backpapier zum Auskühlen geben. Danach hacken.

Für das Dressing den Gorgonzola mit dem Essig und dem Öl pürieren. Ist die Masse zu dick, kann noch etwas Gemüsefond hinzugegeben werden. Abschmecken mit Pfeffer und Salz.

Den Spinat darin wälzen. Für die Birne etwas Dressing aufheben.

Die Birne in Scheiben schneiden, den Spinat und die Walnüsse dazwischen legen. Ewas von dem Dressing darüberträufeln. Die Birne am besten mit einem Spieß fixieren.





New Orleans Tomatensalat mit geräuchertem Lachs

Für 4 Personen |
Zubereitungsdauer: ca. 40 Minuten

Zutaten Gewürzmischung:

2 EL Salz
1 EL süßes Paprikapulver
1 EL schwarzes Salz
1 EL schwarzer Pfeffer
1 EL Knoblauch
1 EL gehackte Zwiebeln
1 TL Cayenne Pfeffer
½ TL getrocknete, gemischte Kräuter

Zutaten Salat:

1 kg bunte, gemischte Tomaten
½ Bund Basilikum
300 g Schmand
300 g dünn geschnittener, geräucherter Lachs

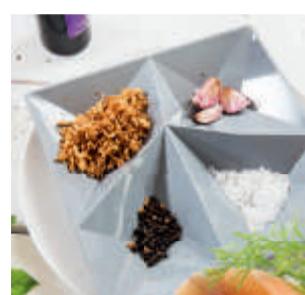
Zutaten Dressing:

100 ml Olivenöl
2 EL kreolische Gewürzmischung
3 EL Balsamico
2 Knoblauchzehen
1 Sardinenfilet
1 EL Zucker

Zubereitung:

Für die kreolische Gewürzmischung alle Zutaten vermischen und in ein Glas mit Schraubverschluss füllen. Die Tomaten in Scheiben, den Lachs in mundgerechte Stücke schneiden. Das Basilikum in einzelne Blättchen zupfen und das Dressing zubereiten.

Tomaten, Lachs und Schmand abwechselnd in ein Glas schichten, das Dressing darüber geben und mit Basilikum garnieren.



»CRYSTAL GLAS
Design: koziol werksdesign

Da haben wir den Salat

Lieblings-Salatrezepte von Mirko Reeh



Rindfleisch-Thai Salat mit Gurken, Rettich und würzigem Dressing

Für 4 Personen |
Zubereitungsdauer: ca. 40 Minuten

Zutaten:

500 g Roastbeef
1 Gurke
½ Rettich
1 rote Zwiebel
4 Frühlingszwiebeln
3 EL Austernsauce
1 EL Sojasauce
1 EL Limettensaft
1 EL gehackte Chilischote
2 EL Koriander

Salz & Pfeffer

Zubereitung:

Das Roastbeef in hauchdünne Scheiben schneiden. Dann kurz anbraten, sodass das Fleisch noch rosa ist. Erst danach mit Salz und Pfeffer würzen, anschließend abkühlen lassen.

Die Gurke und den Rettich in der Mitte teilen und dann mit einem Sparschäler in ganz dünne Streifen schneiden. Die rote Zwiebel und die Frühlingszwiebeln in feinste Streifen schneiden.

Die restlichen Zutaten zusammen in einen Pürierbecher geben, gut pürieren und mit etwas Salz und Pfeffer abschmecken. Das Roastbeef vorsichtig mit allen anderen Zutaten vermengen.



»KANT SCHÄLER
Design: Dreikant, Köln



»LEAF XL SALATSCHALE
Design: Cairn Young

GUTEN APPETIT

GLÜCKS OUTLET MUSEUM



KINDERGLÜCK

Die Erfindung des Schnullers hat uns ruhige Nächte geschenkt. Sandmännchen kurze Pausen am Abend. Pippi Langstrumpf die Plutimikation. Maxi Cosi neue Rückenerlebnisse. Mützen ein gutes Gewissen. Die Frage „Wie lange dauert's noch?“ unglaubliche Kreativität. Sätze wie „Ich muss mal“ noch größeres Organisationstalent.

Kurz: Was wären wir ohne Kinder? Oder wie der Autor vom „kleinen Prinzen“ Antoine de Saint-Exupéry mal sagte: „Alle großen Leute waren mal kleine Kinder, aber nur wenige erinnern sich daran.“ Für eine Erinnerung, die bleibt, beschenkt Koziol 90 Kinder mit einem Platz in einem unserer Traumkugel-Workshops in der Glücksfabrik.

Das gibt's
zu gewinnen:

Wir verlosen 9 Traumkugel-Workshops mit jeweils 10 Plätzen + freien Eintritt ins Erlebnismuseum. Der nächste Kindergeburtstag kann also kommen! Wer mag, darf danach noch eine Tour durch unser interaktives Museum machen. Der Gewinn ist gültig für ein Jahr. Der Termin kann individuell mit unserem Glücksfabrikteam abgestimmt werden.

9 Traumkugel-
Workshops mit
jeweils 10
freien Plätzen
zu gewinnen

Und so geht's:

Einfach ein E-Mail schreiben mit dem Betreff „Kinderglück“ und der Angabe der Adresse an:

gluecksfabrik@koziol.de.
Oder senden Sie eine Postkarte an:
Koziol Glücksfabrik
Kinderglück
Werner-von-Siemens-Str. 90
64711 Erbach

Einsendeschluss ist der 30.11.2017. Die Gewinner werden per Los ermittelt. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.



Mitmachen
und
gewinnen

FABRIK

WORKSHOPS KANTINE

Telefonische Anmeldung
unter 06062/604 325
oder per E-Mail an
gluecksfabrik@koziol.de

WORKSHOPS & GLÜCKSERLEBNISSE

BASTELGLÜCK

»WORKSHOP mit Modelliermasse

Gestalten Sie Ihr Glückssparschwein oder andere Dinge wie Masken, Dosen und Anhänger mit Foam Clay, einer **Modelliermasse mit Perlenstruktur**. Es entstehen individuelle Objekte zum Verschenken oder Selbstbehalten.

Altersempfehlung

Kinder ab 5 Jahren

Dauer und Materialkosten

Dauer: ca. 45 Min.

Teilnahmepreis: 6 € / Person
inkl. Materialkosten

Teilnehmerzahl

Der Workshop ist ab 10 Personen buchbar.
Mindestbetrag 60€ für Gruppen unter 10 Personen.

TRAUMKUGEL

»WORKSHOP

Die eigene **Traumkugel** basteln und dabei dem Traum von der Kugel ein Stück näher kommen. Es gibt jede Menge Figuren und verschiedene Schwebeteile wie Schnee, Silberflitter und fluoreszierenden Glitter in Hülle und Fülle zur Auswahl. Wer mag, kann auch seine eigene Figur mitbringen.

Altersempfehlung

Kinder & Erwachsene von 6 – 99 Jahren

Teilnehmerzahl

10 – 20 Personen

Dauer und Materialkosten

Dauer: ca. 45 Min.

Teilnahmepreis: 11 € / Person inkl. Materialkosten für eine Kugel. Jede weitere Kugel 8€.

KERZENGLÜCK

»WORKSHOP

Farbenfrohe und schöne Kerzen selbst gestalten und ihnen beim Wachsen zusehen, das kann man beim **Kerzen ziehen**. Die Kerze gewinnt an Umfang, je häufiger sie in das bunte Wachs getaucht und dann mit Geduld gekühlt wird. Danach können Sie Ihre gezogene Kerze individuell verzieren.

Altersempfehlung

Kinder & Erwachsene von 6 – 99 Jahren

Teilnehmerzahl

10 – 12 Personen

Der Workshop ist ab 10 Personen buchbar.
Mindestbetrag 70 € für Gruppen unter 10 Personen.

Dauer und Materialkosten

Dauer: ca. 45 Min.

Teilnahmepreis: 7 € / Person
inkl. Materialkosten für ein Paar Kerzen

GLÜCKSTOUR

Die koziol Erlebnistour

Die **Erlebnistour** beginnt um 14 Uhr in der Glückskantine bei einem Stück Kuchen und freiem Getränk nach Wahl. Danach besteht noch Zeit in unserem Design-Outlet zu stöbern. Um 15 Uhr startet dann der Traumkugel-Workshop. Hier haben Sie die einmalige Gelegenheit, Ihre individuelle Traumkugel zu basteln.

Um 16 Uhr folgt dann die Führung durch das interaktive Erlebnismuseum, das die Unternehmens- und Familiengeschichte von Koziol präsentiert. Zum Abschied erwartet Sie noch ein kleines Geschenk.

Termine

Samstags von 14 bis 17 Uhr
(Nur mit Voranmeldung mind. 1 Woche zuvor.)

Kosten

24 € pro Person, 19 € Kinder

 Die aktuellen Termine für offene Workshops finden Sie in unserem Terminkalender. Alle Workshops sind für Gruppen buchbar.
Alle Neuigkeiten zuerst erfahren durch unseren Newsletter. Anmeldung unter www.koziol-gluecksfabrik.de

GROSSES GLÜCK

für Erwachsene

Ob Jubiläum, Geburtstag oder einfach mit Freunden einen besonderen Tag erleben – die **koziol-Glücksfabrik macht's möglich!**

Laden Sie Ihre Gäste in die Glücksfabrik ein und verbringen Sie zusammen einen unvergesslichen Tag. Los geht es mit einer Führung durch das koziol-Museum, wir nehmen Sie mit auf eine interaktive Zeitreise. Danach dürfen Sie in einem unserer Workshops selbst kreativ werden. Anschließend verwöhnen wir Sie mit Kaffee und Kuchen. Als Geschenk erhalten alle Gäste einen koziol Sektkelch – selbstverständlich inklusive Prosecco.

Teilnehmerzahl

max. 10 Personen

GROSSES GLÜCK

Dauer: ca. 2,5 Std. | Preis: 170 €

KINDERGLÜCK

für Geburtstagskinder

Erlebe einen ganz besonderen Geburtstag zusammen mit Deinen Freunden in der **koziol-Glücksfabrik**.

Dazu gehören neben dem Besuch der interaktiven Zeitreise durch das koziol-Museum natürlich auch Kuchen und Getränke für die Glücksmannschaft und ihr darf in einem unserer Workshops selbst kreativ werden! Ein Geschenk für das Geburtstagskind rundet das Kinderglück ab.

Altersempfehlung

ab 6 Jahren

KINDERGLÜCK

Dauer: ca. 2,5 Std. | Preis: 160 €

Teilnehmerzahl

8–10 Kinder + max. 2 Erwachsene*

*Die Aufsichtspflicht eines Elternteils ist erforderlich.

TASCHENGLÜCK

»WORKSHOP

Die gibt's nur einmal: Gestalten Sie bei uns Ihre **individuelle Tasche**! In diesem Workshop können Sie nach Herzenslust kreativ werden und eine Tasche ganz nach Ihren Vorstellungen verschönern. Als Materialien stehen Perlen, Glitzersteine, Wolle, Filz, Stoffe und Bänder zur Verfügung.

Altersempfehlung

Kinder & Erwachsene von 10 – 99 Jahren

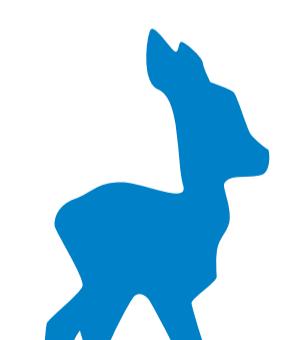
Dauer und Materialkosten

Dauer: ca. 60 Min.

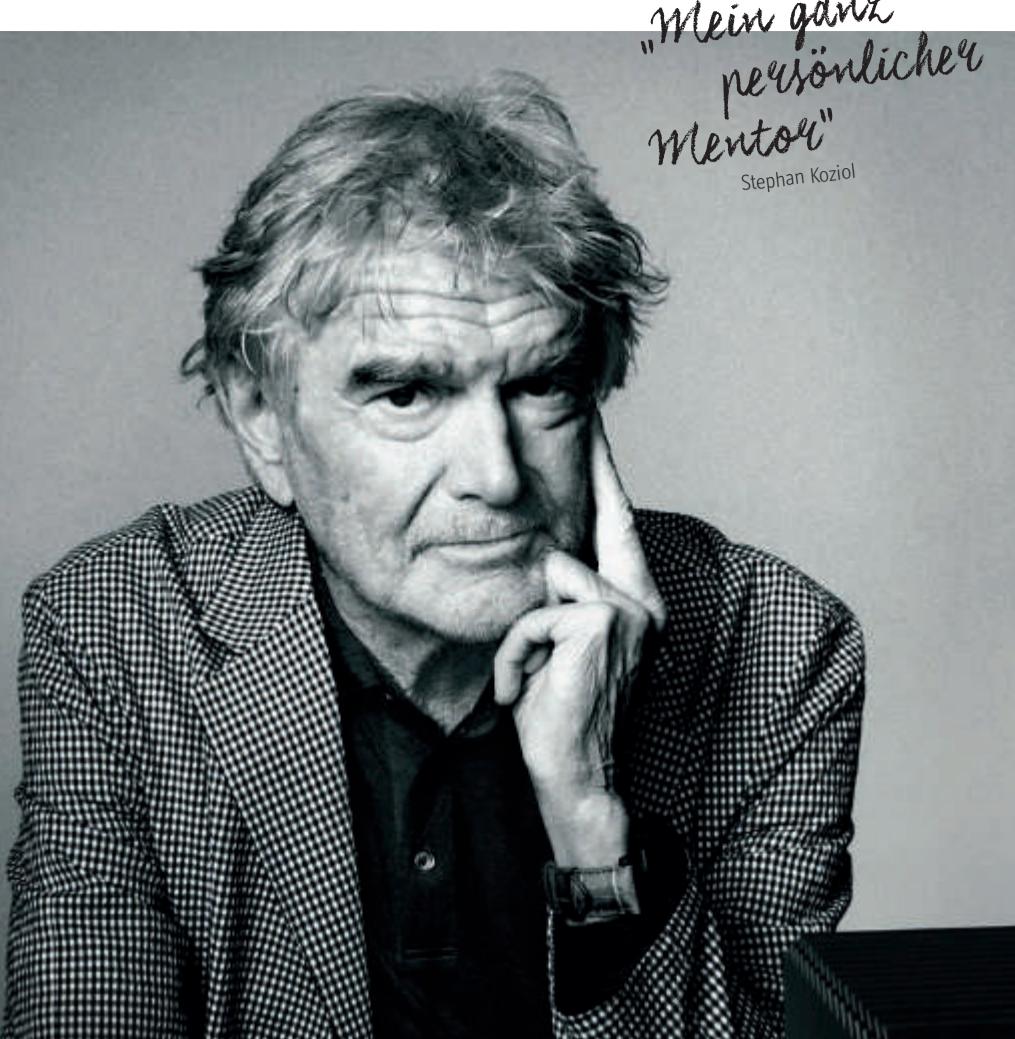
Kosten: Der Preis richtet sich nach der jeweiligen Taschengröße. Im Preis enthalten sind jeweils eine Tasche + Bastelmaterial.
Taschelini (klein) 10 €; Taschelino (mittel) 15 €

Teilnehmerzahl

Der Workshop ist ab 10 Personen buchbar.
Mindestbetrag 100€ für Gruppen unter 10 Personen.



GLÜC
K s FA
BRIK



Prof. Dr. Hartmut Esslinger HonRDI / Gründer frog design

Foto @ audionet

Prof. Dr. Hartmut Esslinger über die Zukunft des Designs

1. Wie wird sich die Relevanz von gutem Design in Zukunft verändern? Gibt es überhaupt eine nennenswerte Veränderung?

Statt ästhetisch definiertem "guten" Design muss man von konzeptionell richtigem Design reden. Design ist der kulturelle Katalysator zwischen Technologie, Wirtschaft, Ressourcen und uns Menschen mit funktionellen, ökonomischen und semantischen Bedürfnissen. Wir wollen von Neuem inspiriert werden, brauchen aber auch eine historisch vertraute Symbolik. Nachdem man für Jahrzehnte "Design" als Luxus-Add-On diskriminiert hat, beweisen Unternehmen wie Apple und BMW, dass Design bei immer gleichwertender Technologie die einzig wirkungsvolle Differenzierung ermöglicht.

BMW investiert z.B. 0.8% der Gesamtkosten eines Autos in Design, aber 78% der Kunden nennen Design als Kaufentscheidend. Apple investiert etwa eine Milliarde in Design (etwa 0.4%). Auch kleine Unternehmen sehen Design immer mehr als "Bridge to Customers": die Berliner Audio-High-End-Manufaktur AUDIONET investiert etwa 10% in Design, um die akustische Qualität über extremes Design, welches nur mit Hilfe von

Computern herstellbar ist, auch glaubhaft zu visualisieren. *form follows emotion – und Kultur* bestimmt wirtschaftlichen Erfolg.

2. Welche Kriterien haben Ihrer Meinung nach – mit Blick auf die Vergangenheit – den größten Einfluss auf die Gestaltung von Design?

Historisch litt Design an der Egomanie der Designer: fast jede(r) wollte sich über eine persönliche, meist nur visuelle "Handschrift" darstellen. Dann wurde "form follows function" völlig missverstanden – Sullivan ging es um Natur und Architektur – und als Berechtigung für langweiliges Design missbraucht. Ergonomie, also die mechanische Anpassung von Produkten an menschliche Dimensionen, half, die Dinge etwas humamer zu gestalten. Heute steht Design eher für die visuelle Sprache von Marken, und die Konvergenz von physischer und virtueller Nutzung resultiert in einer integrierten "User Experience" (UX), wobei die Interaktions-Modelle sich nach menschlichem Verhalten richten müssen und nicht den technischen Kompromissen, welche uns z.B. digitale Programmierer auferlegen wollen.

Hartmut Esslinger wuchs im Schwarzwald auf und studierte an der Fachhochschule für Gestaltung, Schwäbisch Gmünd. Noch während des Studiums gründete er 1969 die Firma Esslinger Design in Mutlangen. Seine Leitidee: „Wir sind enthusiastisch dabei, die Welt zu verbessern. Wir choreografieren kulturelle Veränderung durch Design. Wir sind nicht einfach nur ein Unternehmen.“ [1] Diese Idee trägt das Unternehmen bis heute.

Erster großer Kunde war die deutsche Marke Wega, für die er eine Linie von HiFi- und Fernsehgeräten entwickelte, darunter die Kompaktanlage concept 51k, die sogar in die ständige Ausstellung des Museum of Modern Art in New York aufgenommen wurde. Weitere Kunden in dieser Zeit waren unter anderem Louis Vuitton, Texas Instruments, Sony, Fissler und Kaldewei.

Anfang der 70er Jahre meldete sich Sony und bat zum Gespräch. Deren Unterhaltungselektronik hatte Esslinger schon seit Jahren wegen des schlechten Designs bemängelt und regelmäßig Brandbriefe an den Konzern in Japan gesendet. Zum ersten Gespräch brachten die Sony-Manager einen Ordner mit seinen Briefen mit. Es folgte eine über zehnjährige Zusammenarbeit mit Sony, während der Esslinger unter anderem die Designs für die Trinitron-Fernseher schuf.

Anfang der 1980er Jahre traf er sich erstmals mit Steve Jobs und es begann eine beispiellose Erfolgsgeschichte, während der so richtungsweisende Designs wie der Apple IIc, der erste tragbare Apple-Computer, der heute in New York im Whitney Museum of American Art steht, sowie der berühmte Apple-Macintosh entstanden. Esslinger verlegte seinen Firmensitz in die USA

„Richtiges Design wird von kompetenten Designern im Team geschaffen.“

3. Was löst gelungenes Design beim Nutzer/Beobachter aus oder sollte es auslösen?

Happiness (Glück) und andauernde Freude. Wir Menschen wollen mit einem Produkt sowohl einen emotionalen als auch funktionalen Mehrwert erwerben und erfahren. Mehrwert heisst: ein Produkt ist für uns wertvoller, als die Zeit, welche wir arbeiten mussten, um uns das Produkt leisten zu können. Ist dies nicht der Fall, setzt Frustration ein und man ärgert sich, einem Trend oder einer gekonnten Verführung zum Opfer gefallen zu sein. Die betrifft auch das Verhalten der Unternehmen – inklusive der Banken.

4. Material und Design: was sind Ihre Favoriten und wieso?

Jedes Material hat seine Reize. Ich mag Materialien, welche sich dreidimensional formen lassen, also hochwertige Kunststoffe – ohne Lackierung! – und ebenso Metalle. Und Materialien, welche sowohl visuell als auch haptisch ansprechen.

5. Wenn Zeit, Geld und Möglichkeiten keine Rolle spielen würden: Was würde Sie heute reizend zu realisieren?

Designer brauchen Probleme als Inspiration. Mir fällt da Heinrich Heine ein, der nach dem Wegfall der deutschen Zensur feststellte, dass er ohne diese nicht mehr dichten kann. Ernsthaft: ich projiziere lieber die Zukunft mit all ihren Möglichkeiten und Herausforderungen, simulierte dann über Prototypen und versuche, das Gelernte morgen für übermorgen anzuwenden. Science Fiction zeigt, wie das Fehlen von Hindernissen die Fantasie limitiert: Niemand hat z.B. das Smartphone vorausgesehen.

6. Ist gutes Design ein autarkes Werk oder abhängig von Team, Orten und anderen Faktoren?

Richtiges Design wird von kompetenten Designern in Teams geschaffen. Es wird immer wieder argumentiert, dass man ein "cooles Environment" – also eine Stadt wie Mailand, München oder San Francisco – braucht. Dies ist genau das Problem: frog begann in einer Garage im Schwarzwald und ich arbeitete immer mit Menschen, welche einen Weg vor sich hatten, egal wo sie waren: Süddeutschland, Frankreich, Japan, Amerika. Ebenso ging ich immer in die Fabriken, wo immer sie waren. Und ich reise viel, um die Menschen in ihrer kulturellen Identität zu entdecken und zu lernen. Die meisten Designer in den sog. Metropolen sind "Lifestyle Victims", eher interessiert durch ein cooles Studio und das Café um die Ecke. Ich vermisse sowohl Leidenschaft als auch Qualität und Ethik.

7. Es gibt Menschen, die existenzielle Probleme haben. Was nützt denen gutes Design oder ist es eher ein Luxusgut?

Wie oben gesagt, richtiges Design muss Menschen mit der künstlichen Umwelt verbinden und in Harmonie bringen. Dies gilt natürlich auch für die Herausforderungen der Armut und geografischer Isolation. Grundsätzliche Notwendigkeiten wie Hygiene, Gesundheit, Sicherheit und kultureller Respekt müssen mit innovativ-einfachen Lösungen erfüllbar werden. Beispiele sind frogs, als Haarpflegeprodukt getarnter, AIDS-Test für Süd-Afrika, die wasserneutrale Solartoilette von Caltech für die Gates Foundation oder der Hippo-Roller (<https://www.hipporoller.org>) zum Wassertransport in entlegene Gegenden ohne natürliche Quellen. Und wir Designer müssen auf mehr Nachhaltigkeit für den gesamten Produktzyklus bestehen. Die heutige Sucht nach Mittelmäßigkeit und „billig-billiger“ ist nicht nur destruktiv, sondern auch unmenschlich und vor allem wirtschaftlich eine Idiotie.

welcher in der USL Premier Development League spielte.

Esslinger schied im Folgejahr bei frog design aus, blieb dem Unternehmen aber als externer Berater verbunden. Anschließend übernahm er von 2006 bis 2011 eine Professur für konvergentes Industrial Design an der Universität für angewandte Kunst in Wien. Heute unterhält frog design insgesamt 12 Dependancen weltweit. Die Mitarbeiter beschäftigen sich mittlerweile weniger mit klassischem Industriedesign als vielmehr mit der Lösung komplexer Probleme. „Wir wollen herausfinden, was den Menschen das Leben erleichtert“, sagt Carsten Wierwille, der das New Yorker Büro leitet. „Doch das wissen die Menschen oft selber nicht.“ [1]

Quellen: [1] WELT, [2] ZEIT