DIE ZEIT
VERLAGSGRUPPE

ZEIT MANUFAKTUREN FÜHRER

Ein Reiseführer zu den schönsten Manufakturen
im deutschsprachigen Raum



Herausgegeben von
Björn Kroner und Olaf Salié

PRESTEL

ZEIT MANUFAKTUREN FÜHRER

Ein Reiseführer zu den schönsten Manufakturen
im deutschsprachigen Raum

ZEIT MANUFAKTUREN FÜHRER

Ein Reiseführer zu den schönsten Manufakturen
im deutschsprachigen Raum

DIE ZEIT
VERLAGSGRUPPE

PRESTEL
München · London · New York

WIR DANKEN UNSEREN PROJEKTPARTNERN SOWIE DEM BEIRAT FÜR DAS ENGAGEMENT UND DIE WERTVOLLE UNTERSTÜTZUNG:

ELKE VON BORCKE
Leitung ZEIT Shop
ZEIT Verlag Gerd Bucerius GmbH & Co. KG

HEINZ-JÜRGEN GERDES
Vorstand VDM e.V. / Geschäftsführer
Friesische Wollweberei GmbH & Co.KG

SEBASTIAN HERKNER
Designer

DAVID KASTNER
Geschäftsführer
PentaNex GmbH
(Die Hackeschen Höfe Berlin)

CLAUS KRUMPHOLZ
Geschäftsführer
Krumpholz Werkzeuge e.K.

WIEBKE LEHMANN
Designerin
TAWL.berlin

ANDREAS MÜLLER
Geschäftsführer
Hans-Jürgen Müller GmbH & Co. KG

ANGELIKA MÜLLER
Herausgeberin H.O.M.E.
ahead media gmbh

ALEXANDRA UND BENEDIKT VON POSCHINGER
Journalistin & Geschäftsführer
Gutsverwaltung Freiherr von Poschinger

TOBIAS RAPPERS
Geschäftsführer Maschinenraum GmbH

DR. NIKI & MAG. CHRISTOPH RATH
Geschäftsführer
Meisterstrasse OG

JESSICA SANDER
Journalistin & Podcasterin

RANDOLPH SCHRÖDER
Geschäftsführer
Gebr. Schröder GmbH

GREGOR SCHOBER
Geschäftsführer
TheWeekend

MARKUS SCHWITZKE
Designer & Retailexperte
Björn Kroner GmbH

VICO SEEMANN
Designstudent

PATRICK VON VACANO
Vorstand
freakstotable e.V.

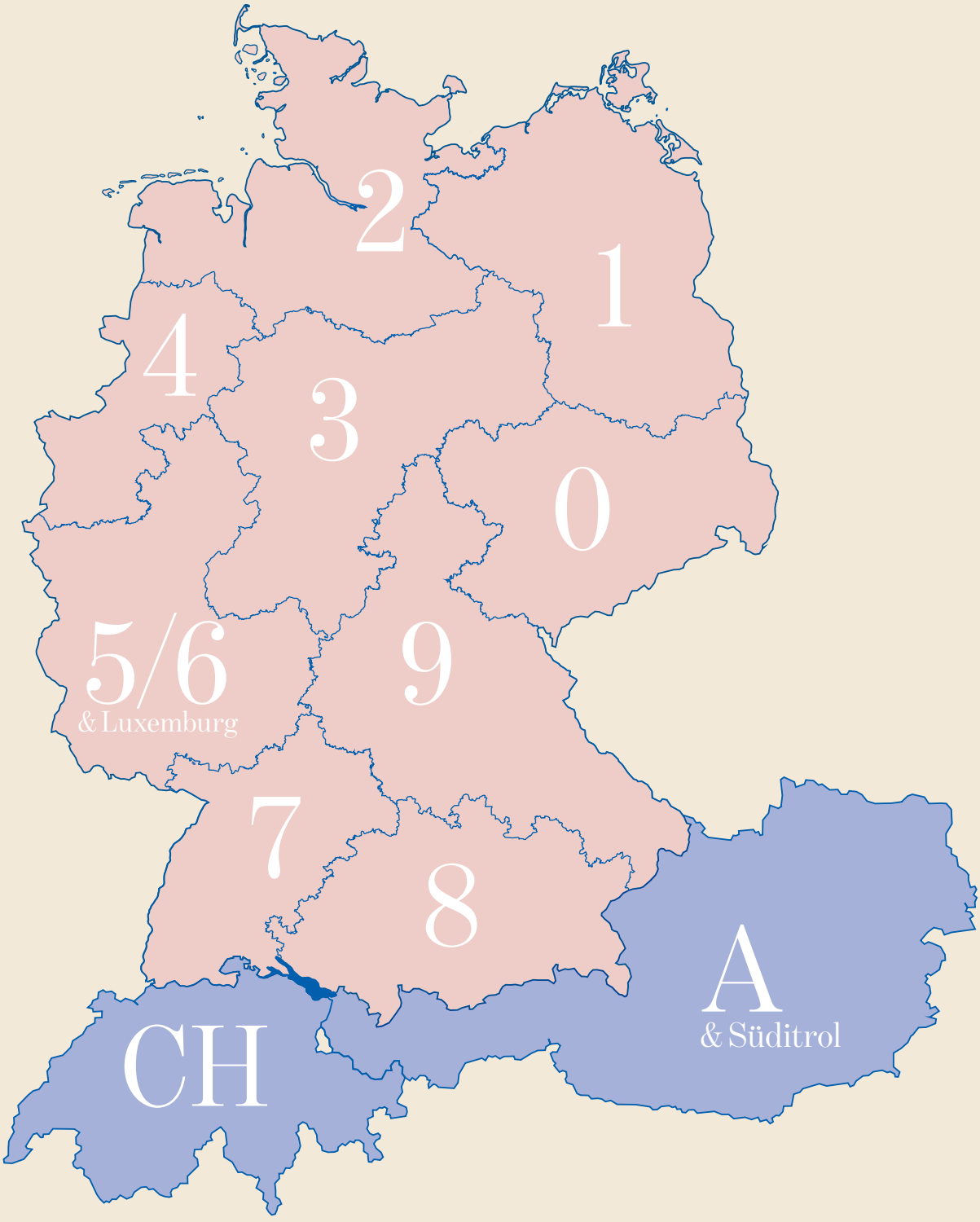
MATTHIAS VICKERMANN
Geschäftsführer
Vickermann & Stoya Maßschuhe
GmbH & Co. KG

STEFANIE VON WIETERSHEIM
Journalistin & Buchautorin

SVEN WOLDT
Filmproduzent



EIN REISEFÜHRER ZU DEN SCHÖNSTEN MANUFAKTUREN IM DEUTSCH-SPRACHIGEN RAUM


2
1
4
3
0
5/6
& Luxemburg
9
7
8
A
& Süditrol
CH

INHALT

10 Vorwort
14 Legende der Produkt-Icons nach Branchen

Die Partner des ZEIT Manufakturenführers

18 DER ZEIT SHOP
22 DER VEREIN DEUTSCHE MANUFAKTUREN – HANDMADE IN GERMANY E.V.
26 DIE HACKESCHEN HÖFE BERLIN
30 FREAKSTOTABLE E.V.
34 THE WEEKEND
38 MEISTERSTRASSE HANDMADE

Die Manufakturen

44 PLZ 0
76 PLZ 1
100 PLZ 2
120 PLZ 3
138 PLZ 4
158 PLZ 5/6 & Luxemburg
176 PLZ 7
196 PLZ 8
218 PLZ 9
252 ÖSTERREICH & Südtirol
290 SCHWEIZ

Anhang

314 Manufakturenregister A–Z
324 Branchenregister
334 Die Herausgeber
335 Dank der Herausgeber
336 Bildnachweis & Impressum

VORWORT

Sehr geehrte Damen und Herren,
liebe Manufakturenfreunde,

wir leben in einer Zeit, in der eine neue Technologie unseren Alltag mit atemberaubender Geschwindigkeit verändert. Künstliche Intelligenz schreibt, komponiert, entwirft und antwortet – in einer Selbstverständlichkeit, die noch vor Kurzem kaum vorstellbar war. Das fasziniert uns, und es verunsichert uns zugleich. Vor allem aber ist es ihre Befähigung zum perfekten Schein, die diese Stunde der Geschichte prägt: Wir wissen immer seltener, was echt ist – und was Fake. Angesichts dieser atemlosen Entwicklung kommt uns der Satz einer Freundin in den Sinn. Fast beiläufig geäußert, liegt in ihm doch ein großer Trost: **Die Zukunft wird nicht schlechter. Sie wird anders.**

Gerade deshalb lohnt sich der Blick auf jene Dinge, die bleiben. Auf einige Gewissheiten darf man sich nämlich verlassen, ganz gleich, was die Zukunft bringt. Solange es Menschen gibt, werden Menschen Kunst schaffen und Kunst erleben. Wir werden Bücher schreiben und lesen – wir sagen voraus: als gedrucktes Buch! –, Bilder betrachten und malen, uns mit den Positionen der darstellenden Kunst auseinandersetzen und natürlich Musik hören. Wir werden uns mit Kunst beschäftigen, die von Menschen geschaffen wurde, nicht von Robotern. Denn Kunst gewinnt ihren Sinn erst dadurch, dass wir uns selbst in ihr wiederfinden. **Perfektion kann man auch langweilig finden. Uns selbst hingegen – fast – nie.**

Zu einem kultivierten Leben gehört aber nicht nur die Kunst. Dazu gehören auch unsere Gepflogenheiten. Und hier kommt ein Begriff in den Blick, der womöglich etwas altmodisch klingt, den wir aber gleichwohl sehr mögen: Wohlleben. Er ist gewissermaßen ein Sammelbegriff für all das, was uns zufrieden und glücklich macht. Gut essen und trinken gehören dazu, mit Freunden und Familie zu kochen, sich Zeit füreinander zu nehmen. Dazu gehört aber auch, seine Umgebung zu gestalten und sich an schön eingerichteten Wohnungen zu erfreuen. Wir glauben ohnehin, dass es glücklich macht, sich mit schönen Dingen zu umgeben.

Apropos Dinge! Man darf nicht vergessen, dass es immer und unverrückbar auch die „Welt der Dinge“ geben wird. Die Welt bleibt echt und wirklich – nicht digital. Wir werden essen, und zwar echte Lebensmittel. Wir werden echte Blumen in echte Vasen stellen. Wir werden in echten Betten schlafen. Was auch immer die Zukunft bringt: Wir werden uns in der „Welt der Dinge“ bewegen.

Den Manufakturen kommt innerhalb dieser dinglichen Welt eine ganz besondere Bedeutung zu. Und man darf durchaus die Vermutung formulieren, dass sie von der Digitalisierung, von Robotern und KI womöglich sogar profitieren werden. Denn KI wird zunächst – und für lange Zeit – vor allem die Geistesarbeit verändern. Bei der Berufswahl werden handwerkliche Berufe deshalb wieder stärker in den Blick geraten. Nicht nur, weil dort mehr Arbeitsplätze entstehen, sondern auch, weil handwerkliche Berufe ein Glücksversprechen sein können. Man muss sie nur einmal ernsthaft in Erwägung ziehen. Auch in der öffentlichen Wahrnehmung der Manufakturen wird sich einiges ändern. Man darf mit gutem Gewissen voraussagen, dass Interesse und Zuwendung wachsen werden. Die große Digitalisierungswelle wird – wie alles im Leben – auch eine Gegenbewegung erzeugen. **Die Sehnsucht nach der „Welt der Dinge", nach dem „Echten" und dem „Handgemachten" wird zweifellos größer werden.**

In einer Welt, die vielen von uns zuweilen etwas aus den Fugen geraten scheint, kommt Manufakturen so eine besondere Funktion zu. Sie sind – oder können es zumindest sein – der stabilisierende Faktor, denn sie repräsentieren jene Werte, die zum Menschsein hinzugehören und die wir im digitalen Raum allzu sehr vermissen. Manufakturen sind gewissermaßen der Gegenentwurf zu einer Künstlichen Intelligenz, die sich den Menschen zunächst vor allem in ihrer Befähigung zum Fake vorgestellt hat. Manufakturen sind magische Orte, in denen die Meisterhandwerkerinnen und -handwerker zuweilen wie Zauberer wirken – sie erschaffen nicht nur Produkte von besonderer Begehrlichkeit und Schönheit, sie sind auch Sachwalter eines Schutzraums, in dem sich Beständigkeit, Ernsthaftigkeit, Leidenschaft für den eigenen Beruf und ein kompromissloses Qualitätsverständnis bewahrt haben. Dazu gehört nicht zuletzt die Liebe und Hingabe zu Produkten, die schön sind und die Zeit überdauern werden. **Manufakturprodukte sind enkelfähig**.

Auch in einer Welt, in der sich die zentrale Frage der Nachhaltigkeit stellt, sind Manufakturen eine Antwort, denn Nachhaltigkeit ist Teil ihrer DNA. Sie ist Teil der Idee Manufaktur. Denn die Produkte, die dort mit größter Kennerschaft gefertigt werden, sind nicht für den schnellen Konsum gedacht, sie sind auf Dauer angelegt. Man wirft sie nicht weg, man vererbt sie. **Manufakturen sind gleichzeitig jung.** In Manufakturbetrieben arbeiten viele junge Menschen, die sich mit großer Leidenschaft ganz bewusst gegen einen ausschließlich akademischen und für einen meisterhandwerklichen Weg entschieden haben. Etwas wirklich zu können, einer Arbeit nachzugehen, an deren Ende ein echtes und oftmals einzigartiges Produkt steht – das erweist sich für viele junge Menschen heute als außerordentlich sinnstiftend.

Die Überzeugung, dass Qualität, Handwerkskunst, Herkunft, Langlebigkeit und verantwortungsvolles Produzieren besondere Aufmerksamkeit verdienen, verbindet uns mit der Zeitverlagsgruppe und ihrem zugehörigen **ZEIT Shop**, der seit vielen Jahren ausgewählten Manufakturen mit eben diesem Anspruch eine ansprechende Bühne für ihre Produkte, ihre Geschichten und ihre Werte bietet. Aufgenommen in das Programm werden Manufakturen, die in besonderer Weise für handwerkliche Exzellenz, Glaubwürdigkeit und einen kompromisslosen Qualitätsanspruch stehen. Die sorgfältige Auswahl und Aufnahme in den Reigen der ZEIT Shop Manufakturen erfolgt von

ausgewiesenen Kennerinnen und Kennern der Manufakturenwelt. In diesem Buch sind sie als „ZEIT Shop Manufakturen“ gekennzeichnet. Diese enge Verbindung bildet die Grundlage der Kooperation. Der Zeitverlag war bei der Erstellung dieses Manufakturenführers nicht nur Projektpartner, sondern hat auch die Kuratierung der in diesem Band vorgestellten Häuser begleitet und wertvolle Impulse eingebracht.

Manufakturen vermitteln uns die Sicherheit des Wahrhaftigen. Die große Herausforderung besteht allerdings darin, den Menschen zu zeigen, was eine Manufaktur eigentlich ist. Man muss sie gewissermaßen am Schlafittchen packen und dorthin führen, „where the magic happens“. Denn erst im Erlebnis einer Manufaktur wächst das Verständnis für diese besondere Form des Produzierens, die Begeisterung für handwerkliche Arbeit und für jene außergewöhnlichen Produkte, die aus ihr hervorgehen. „Am Schlafittchen packen“ – das bedeutet für uns zum Beispiel auch unser Projekt der **ZEIT Manufakturenreise**. Wir nehmen Menschen mit auf die Reise und gehen gemeinsam mit unseren Gästen in Werkstätten und Ateliers außergewöhnlicher Häuser. Wer dort erlebt, wie das Zifferblatt einer Uhr von Hand guillochiert, ein Porzellanstück bemalt oder ein feiner Stoff gewebt und gefärbt wird, versteht sofort, worum es geht. Mit der Anschauung des Schaffens wächst die Faszination.

Und genau deshalb haben wir – gemeinsam mit vielen Partnern, Mitstreitern und überzeugten Unterstützern – dieses Buch gemacht. Der **ZEIT Manufakturenführer** baut eine Brücke zwischen der Welt der Manufakturen und den Menschen, die eine Sehnsucht verspüren nach den Werten, für die Manufakturen stehen. Der vorliegende Manufakturenführer zeigt nicht nur, wie reich, lebendig und vielfältig diese Welt ist, er führt die interessierten Leserinnen und Leser auch direkt hinein in diesen so überaus inspirierenden Kosmos und soll als Einladung verstanden werden, die präsentierten Häuser zu besuchen. Auch deshalb haben wir das Buch wie einen Reiseführer angelegt und nach Postleitzahlen strukturiert: Schauen Sie doch einmal, welche Manufakturen sich in Ihrer Nähe oder auf Ihrem nächsten Reiseweg befinden.

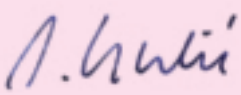
Zum Schluss noch zwei Bemerkungen zur Auswahl und zur Definition von Manufakturen: Dieser Manufakturenführer erhebt nicht den Anspruch auf Vollständigkeit. Er versammelt rund 200 Manufakturen aus Deutschland sowie einige besonders spannende Häuser in Österreich und der Schweiz. Geholfen haben uns dabei unsere langjährige Erfahrung und die zahlreichen Verbindungen, die über viele Jahre in die nahezu unendlich große Welt der Manufakturen entstanden sind. Wichtig war uns außerdem, die Auswahl der einzelnen Häuser von einem Beirat begleiten zu lassen. Ihm verdanken wir zahlreiche Hinweise auf Manufakturen, die selbst wir bis dahin noch nicht kannten. Vor allem war es uns wichtig, auch junge Manufakturen vorzustellen – ausdrücklich auch kleine und kleinste Betriebe, die ihre Arbeit oft erst vor wenigen Jahren aufgenommen haben. Einen weiteren Schwerpunkt haben wir bewusst auf den Food-Bereich gelegt, denn auch dort sind wir Menschen begegnet, die Qualität, Herkunft, Handwerk und Nachhaltigkeit nicht als Marketingbegriffe verstehen, sondern als gelebte Überzeugung.

Was eine Manufaktur im Einzelnen ausmacht, darüber lässt sich trefflich streiten. Eine eindeutige Antwort gibt es darauf nicht, keine griffige Definition, keine mathematische Formel. Vielmehr hilft es, zwischen drei eng verwandten Formen manufakturellen Arbeitens zu unterscheiden: Das Kunsthandwerk ist auf das Unikat ausgerichtet – auf Einzelstücke und Kleinserien. Die Manufaktur hingegen entwickelt Produkte in Serien und verfügt über ein eigenes Sortiment, gewachsen aus handwerklicher Meisterschaft. Das Meisterhandwerk wiederum fertigt vor allem individuelle Einzelstücke nach den Wünschen seiner Kundinnen und Kunden. Unser bewusst offener Ansatz mag Puristen Anlass zur Diskussion geben – er schließt dafür weniger aus und mehr ein.

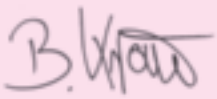
Keinen Anlass zur Diskussion sollte allerdings der Wunsch geben, dass Manufakturen von einem immer größeren Publikum wahrgenommen werden. Sie verdienen mehr Aufmerksamkeit. Sie verdienen mehr Öffentlichkeit. Und sie verdienen eine größere Rolle in unserer gesellschaftlichen Wahrnehmung. Sie sind ein Trost in unruhigen Zeiten. Nicht trotz der Künstlichen Intelligenz. Sondern auch ihretwegen.

Wir wünschen Ihnen viel Freude beim Lesen des ZEIT Manufakturenführers und viele unvergessliche Manufaktur-Momente.

Herzlichst



Olaf Salié



Björn Kroner



LEGENDE DER PRODUKT-ICONS NACH BRANCHEN

BEAUTY & KÖRPERPFLEGE



GARTEN



GENUSS & KULINARIK



HAUS & BAUEN



INTERIOR & WOHNEN



KINDER, SPIEL & SPORT



KÜCHE



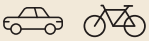
KUNST & DEKORATION



MODE



MOBILITÄT



MUSIK & INSTRUMENTE



PAPETERIE & SCHREIBWAREN



SCHMUCK & UHREN



TECHNIK





DIE PARTNER DES ZEIT MANUFAKTUREN FÜHRERS

ZEIT SHOP

Die ZEIT steht für Qualität, Tiefgang und journalistische Unabhängigkeit, und der ZEIT Shop ist die logische Erweiterung dieses Anspruchs, ein Ort für sorgfältig ausgewählte Produkte, die dieselben Werte verkörpern wie unsere Zeitung: Klarheit. Substanz. Persönlichkeit.

In unserem Sortiment finden Sie Dinge, die bleiben. Bücher mit Gewicht. Zeitlose Klassiker für den Alltag. Designobjekte mit Charakter. Und Geschenkideen, die mehr sagen als 100 Worte. Viele davon entstehen in enger Zusammenarbeit mit kleinen Manufakturen, unabhängigen Verlagen und engagierten Kreativen – ausgewählt mit Liebe zum Detail, oft exklusiv für unsere Leser:innen.

Wir glauben: Was wir konsumieren, sagt etwas über uns aus. Deshalb stehen bei uns Qualität vor Quantität, Verantwortung vor Beliebigkeit – und immer der Mensch im Mittelpunkt. Der ZEIT Shop ist mehr als nur ein Online-Shop. Er ist ein kuratiertes Angebot für Menschen, die mit wachem Blick durchs Leben gehen. Für alle, die Wert auf das Besondere legen – und denen Haltung wichtig ist, auch beim Einkaufen.

Besonders ans Herz legen möchten wir Ihnen unsere exklusiven Sondereditionen, die wir mit renommierten Marken und Manufakturen entwickeln und die Sie nur bei uns finden. Gestaltet für die ZEIT in einem individuellen Design, in limitierter Auflage und oft in filigraner Handarbeit gefertigt, sodass echte Unikate entstehen.



ZEIT-Sonderedition
Armreif „Jackie“
von HML Berlin

Der Armreif „Jackie“ aus hochwertigem 925er-Silber entsteht in präziser Handarbeit in der Berliner Manufaktur und verbindet Stil und Raffinesse auf einzigartige Weise.



MANUFAKTUR
ZEIT SHOP
www.shop.zeit.de



ZEIT-Sonderedition
Automatikuhr „Telemeter“
von Junghans

Die „Telemeter“ mit einem edlen Zifferblatt in tiefem Mitternachtsblau ist inspiriert vom legendären Chronographen aus den 1950er Jahren und verbindet zeitlose Eleganz mit moderner Technik und außergewöhnlicher Funktionalität.



Gartenzwerg „Windus“
von designimdorf

Der minimalistische Gartenzwerg ist ein Blickfang für Garten oder Balkon. Entwickelt und gefertigt vom Familienunternehmen designimdorf aus dem Südschwarzwald, welches traditionelle Handwerkskunst mit modernem und kreativem Design verbindet.



ZEIT-Sonderedition Schemel
„Blue Moon“ von Rowac

Der beliebte Bauhaus-Designklassiker erscheint exklusiv für die ZEIT in der eleganten Sonderfarbe „Blue Moon“ und wird gefertigt aus robustem Stahl und zertifiziertem Eichenholz im Erzgebirge.



ZEIT-Sonderedition
Wishbone Chair „CH24“
von Carl Hansen & Søn

Die Designikone nach einem Entwurf von Hans J. Wegner aus dem Jahr 1949 erscheint in einer eleganten Kombination aus Eichenholz und einer Sitzfläche aus oliv gegerbtem Leder – streng limitiert auf 500 Stück. Das cognacfarbene Anilinleder ist besonders geschmeidig und entwickelt im Laufe der Zeit eine charakteristische Patina. Die ZEIT-Sonderedition ist mit einer Plakette mit Seriennummer auf der Gestell-unterseite gekennzeichnet.







ZEIT-Sonderedition
Raumklimamesser
von Fischer Manufaktur

Der Raumklimamesser wird gefertigt aus poliertem und lackiertem Messing, veredelt mit einem tiefblauen Zifferblatt und goldfarbenen Zeigern und vereint meisterhafte Handwerkskunst mit präziser Messtechnik.



Tasche „SAS“
von Harold’s Lederwaren

Diese Tasche aus dem deutschen Traditionshaus verbindet reduziertes Design mit langlebiger Handwerksqualität. Gefertigt aus pflanzlich gegerbtem Sattlerleder, entsteht mit der Zeit eine natürliche Patina mit persönlicher Note.





ZEIT-Sonderedition
Füllfederhalter „Design04“
von Otto Hutt

Dieser Füllfederhalter mit dem „ZEIT-Wappen“ als dezenter Gravur ist ein absolutes Unikat: präzise gefertigt, aus hochwertigen Materialien – ein Stück Schreibkultur für jeden Tag.



ZEIT-Olivenöl
von Artefakt

Für diese ZEIT-Sonderedition wurde eine exklusive Auswahl an Olivenölen aus Spanien, Italien und Kroatien getroffen. Die jahrelange Erfahrung der Oliviers sowie das optimale Klima garantieren beste lagenreine Qualität und ein höchst aromatisches Geschmackserlebnis.

STIMME & GESICHT DER DEUTSCHEN MANUFAKTUREN

Der Verein Deutsche Manufakturen – Handmade in Germany e.V.

Hervorgegangen ist der „Verein Deutsche Manufakturen – Handmade in Germany e.V.“ aus der Fusion zweier Institutionen, die sich vor gut 15 Jahren beide der Pflege des Manufakturwesens in Deutschland verschrieben haben. Die Verschmelzung beider Einrichtungen vor einigen Jahren hat eine Institution hervorgebracht, die sich heute voll und ganz den Interessen und der Besonderheit eines Wirtschaftszweigs annimmt, der ebenso rar wie exzellent ist: den Manufakturen in Deutschland.

Der Begriff „Manufaktur“ verheißt zum einen außerordentliche Qualität, Exzellenz und Wertigkeit. Zum anderen auch Gewissenhaftigkeit, Tradition und Leidenschaft. Und ganz bestimmt auch ein tief verwurzeltes Wissen und Können in einer enormen Bandbreite von Gewerken und Branchen. Aber gleichzeitig ist der Begriff „Manufaktur“ nicht geschützt und konnte so zum Synonym für Wertigkeit schlechthin avancieren. Und in dem Spannungsfeld, in dem sich Manufakturbetriebe bewegen – also zwischen Kunst, Handwerk, Design und Industrie –, entsteht viel Raum für freie Interpretationen.

Was aber macht tatsächlich das Besondere der Manufakturen aus? Warum macht sich ein Zusammenschluss von Manufakturen wie der VDM stark für dieses Thema? Und warum ist es ebenso wichtig wie richtig, dass sich der ZEIT Manufakturenführer wieder der Welt der Manufakturen annimmt? Ganz einfach, weil sie ein besonderer Schatz sind. Ein Kulturschatz, den es zu erhalten und neu zu beleben gilt. Der vermittelt und den Menschen nähergebracht werden sollte. Den man aber eben auch sehen und verstehen muss, bevor man ihn wertschätzen kann.

Dabei liegt der Fokus beim VDM nicht vordergründig auf den Manufakturprodukten. Wir alle wissen ja: Es gibt sie noch. Vielmehr steht beim VDM die Betriebsform der Manufakturen im Mittelpunkt. Denn das ist es, was die Manufakturen ausmacht – engagierte und fachkundige Menschen, die oft seit Generationen Manufakturbetriebe erhalten, Spezialisten beschäftigen und den steten Wissenstransfer von einer Generation zur nächsten gewährleisten. Und die sich dabei immer wieder neuen Entwicklungen und Herausforderungen stellen müssen. Oder deren Weg in die Zukunft tiefgreifende Veränderungen oder Neugründungen erfordern. Es ist beeindruckend, wenn man mit den Menschen spricht, die sich dieser Aufgabe immer noch oder immer wieder stellen.



Ob traditionsreiche Familienbetriebe, kleine Werkstätten oder Hersteller außergewöhnlicher Produkte: Manufakturen verbindet die Leidenschaft und Freude für echtes Handwerk.

Dabei haben die Manufakturen kaum Fürsprecher in der Politik oder in den Verbänden. Aber die gleichen Herausforderungen, wie die Wirtschaft und Gesellschaft im Ganzen – Klimawandel, Kostensteigerungen, Digitalisierung mit den Themen Künstlicher Intelligenz und Robotik. Aber auch Fachkräftemangel, Fragen der Unternehmensnachfolge oder Internationalisierung. Vor allem aber, Konkurrenzdruck aus Billiglohnländern und eine Konsumkultur, die keine Ansprüche an Unternehmen, Verfahren, Materialien oder Haltung erhebt.

Der VDM setzt hier an und will die Manufakturen sichtbarer und erlebbarer machen. Ein Blick auf den Manufakturen-Guide des VDM gibt schon erste Einblicke in die Vielfalt und Exzellenz der Manufakturen. Doch auch für Kunden soll der Status klar erkennbar werden. Das Manufakturen-Siegel wird von allen als Absenderbotschaft kommuniziert, die den Aufnahmeprozess durchlaufen haben und in den VDM aufgenommen wurden. Das Siegel „Deutsche Manufakturen – Handmade in Germany“ schafft Vertrauen und Gewissheit. Es ist ein Garant für eine Betriebsform, die konsequent soziale, ökologische und fachliche Qualitätsansprüche langfristig in die Tat umsetzt.

GERMAN MANUFAKTUREN SIGNET
CHECKED & CERTIFIED

Der VDM baut derzeit sein Netzwerk stetig mit weiteren herausragenden Manufakturen aus, vernetzt sie und macht ihnen kooperative Angebote für die Zukunft. Das ist hilfreich. Weil es jede einzelne Manufaktur für sich allein schwer hat – und jede Hilfe brauchen kann. Deshalb unterstützt der VDM auch ausdrücklich die Arbeit der Herausgeber Olaf Salié und Björn Kroner, die mit der Initiative des Prestel Verlags und dem ZEIT Manufakturenführer erneut die Aufmerksamkeit auf die seltene, schöne und wertvolle Welt der Manufakturen lenken.

Heinz-Jürgen Gerdes
Vorstandsvorsitzender

KONTAKT

Verein Deutsche Manufakturen –
Handmade in Germany e.V.
c/o Friesische Wollweberei GmbH &Co KG
Weberstraße 5, 26340 Zetel, Germany

info@deutsche-manufakturen.com
www.deutsche-manufakturen.com

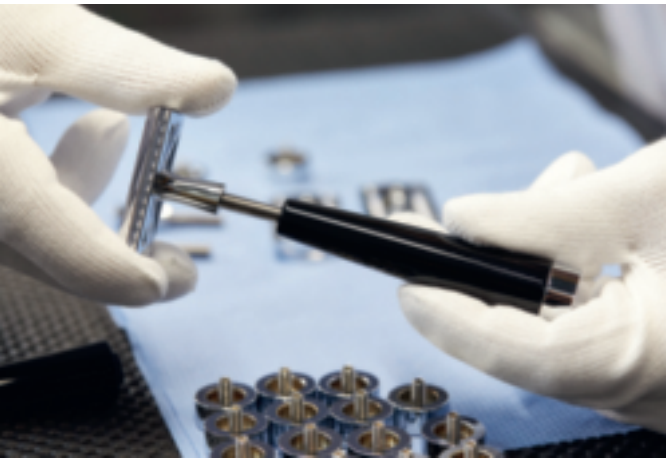
Verein Deutsche Manufakturen –
Handmade in Germany e.V. | VR 7441 HB
Vorstand: Heinz-Jürgen Gerdes,
Marcia Behrens, Jennifer Gossmann,
Marco Kaldenbach



In Deutschlands Manufakturen ist eine beeindruckende Vielfalt an überlieferten Handwerkstechniken lebendig, und ihre Produkte genießen dank des besonderen Qualitätsanspruchs im In- und Ausland großes Ansehen.



Exzellente Handarbeit, höchste Wertigkeit und Liebe zum Detail – das ist der Dreiklang, der die VDM-Mitglieder vereint.



Jede Manufaktur bringt wertvolle Kompetenzen und Perspektiven in die Arbeit des VDM ein – gemeinsam werden Synergien geschaffen, die Sichtbarkeit des echten Handwerks gestärkt und nach neuen Wegen gesucht, die einzigartigen Manufakturprodukte auch in Zukunft erfolgreich zu vertreiben.



Manufakturen sind unverzichtbare Botschafter deutscher Handwerkskunst und stehen für eine wirtschaftliche Balance zwischen Tradition und Innovation.

DIE HACKESCHEN HÖFE BERLIN

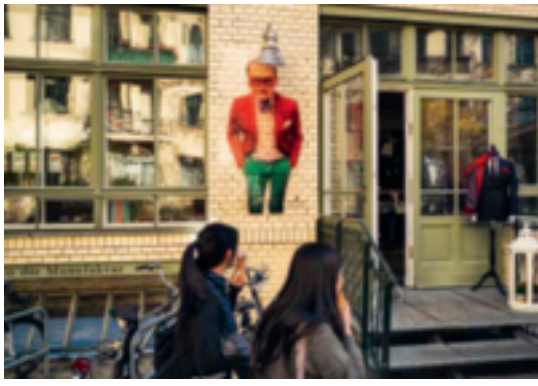
DIE HACKESCHEN HÖFE

Die meisten der fast zwei Millionen Besucher kommen wegen der berühmten Jugendstilarchitektur. Wer durch die acht Hackeschen Höfe schlendert, entdeckt jedoch weit mehr als ein Baudenkmal. Theater und Kino, Restaurants, Cafés, Galerien und kleine Geschäfte bilden gemeinsam mit Büros, Ateliers, Werkstätten und Manufakturen ein lebendiges Stadtquartier. Hier entstehen Schmuck, Krawatten, Taschen, Parfüms oder handgefertigte Papeterie. Vieles wird vor Ort entworfen, gefertigt und verkauft. Die Hackeschen Höfe gehören zu den wenigen Orten, an denen sich handwerkliche Produktion, Kultur und städtisches Leben bis heute auf engstem Raum begegnen.

Als der Bauunternehmer Kurt Berndt die Hackeschen Höfe 1906 eröffnete, verwirklichte er eine für die damalige Zeit ungewöhnliche Idee. Reformbestrebungen suchten damals nach neuen Formen des Wohnens und Arbeitens. Berndts Konzept griff diesen Zeitgeist auf und verband Wohnungen, Werkstätten, Handel und Kultur zu einer kleinen Stadt in der Stadt. Mit acht miteinander verbundenen Höfen entstand die damals größte geschlossene Hofanlage Deutschlands. Den ersten Hof gestaltete der Künstler, Architekt und Formgestalter August Endell. Mit farbig glasierten Keramikfassaden, unterschiedlich gegliederten Fronten und einer platzartigen Gestaltung schuf er eines der bedeutendsten Jugendstilensembles Deutschlands. Architektur sollte für ihn nicht nur schmücken, sondern Bewegung, Lebendigkeit und das Arbeitsleben der Menschen sichtbar machen.

„Es kann kaum wertvollere Leistung geben als die, das Arbeitsleben der einzelnen Berufe verständlich zu machen, seine Schönheit lebendig fühlbar werden zu lassen“, schrieb er. Mehr als ein Jahrhundert später ist diese Idee noch immer erlebbar: Die Arbeit verschwindet nicht hinter Werkstoren, sondern gehört bis heute zum Alltag der Höfe.

Seit mehr als 100 Jahren lädt Deutschlands größtes Gewerbehofensemble zum Shoppen und Essengehen ein.



Dass die Höfe ausgerechnet hier entstanden, war kein Zufall. Die Spandauer Vorstadt entwickelte sich seit dem 17. Jahrhundert zu einem lebendigen bürgerlichen Viertel mit einer bedeutenden jüdischen Gemeinde. Als die Höfe 1906 eröffnet wurden, zogen unter anderem eine Jüdische Studentenmensa und ein Mädchenheim des Jüdischen Frauenbundes ein. 1924 erwarb der jüdische Kaufmann Jakob Michael den gesamten Komplex. 1939 wurde er von den Nationalsozialisten zur Zwangsversteigerung gezwungen. Erst nach der Wiedervereinigung wurden die Höfe an seine Erben zurückgegeben.

Über Krieg, Teilung und wirtschaftlichen Niedergang hinweg ihren Charakter zu bewahren, war für die Hackeschen Höfe keineswegs selbstverständlich. Zu DDR-Zeiten nutzten Werkstätten die Höfe ebenso wie Lager und Handwerksbetriebe, vieles stand jedoch leer oder verfiel. Nach dem Mauerfall


CHAMÄLEON
BAR

zogen zunächst Künstler in die leer stehenden Räume. Gemeinsam mit den neuen Eigentümern entstand ein Nutzungskonzept, das Kulturbetriebe und produzierendes Gewerbe bewusst förderte und die kleinteilige Struktur der Höfe erhielt. So entwickelte sich das Quartier Schritt für Schritt wieder zu einem Ort, an dem gearbeitet, gestaltet und produziert wird.

Heute beherbergen die Hackeschen Höfen mehr als 20 Werkstätten und Manufakturen, viele davon inhabergeführt. Wer durch die Höfe geht, begegnet Schneidern, Schmuckgestaltern, Buchbindern, Pralinenmachern, Grafikern und anderen Kunsthandwerkern. In vielen Werkstätten lässt sich die Entstehung der Produkte unmittelbar miterleben. Gerade diese Begegnung zwischen den Menschen, die etwas herstellen, und denen, die es später mit nach Hause nehmen, macht den besonderen Charakter der Hackeschen Höfe aus.

Dass sich hier täglich Tausende Menschen begegnen, liegt aber nicht allein am produzierenden Gewerbe. Restaurants, Cafés, Galerien, Theater und Kino machen die Höfe zu einem der lebendigsten Orte Berlins. Viele Besucher kommen wegen eines Theaterabends, einer Kinovorstellung oder eines Restaurantbesuchs und entdecken dabei ganz nebenbei Produktionsstätten, in denen noch mit den Händen gearbeitet wird. Umgekehrt profitieren die Handwerksbetriebe von dieser Lebendigkeit. Sie sind kein abgeschlossener Teil des Quartiers, sondern prägen seinen Alltag.

Mehr als 120 Jahre nach ihrer Eröffnung erfüllen die Hackeschen Höfe noch immer ihren ursprünglichen Zweck. Sie verbinden Wohnen, Arbeiten, Kultur und Handel zu einem lebendigen Ganzen. Während vielerorts Innenstädte austauschbar geworden sind, zeigen sie, dass handwerkliche Produktion auch im Herzen einer Metropole ihren Platz behaupten kann – sichtbar, erlebbar und als selbstverständlicher Teil des städtischen Lebens.



In den Hackeschen Höfen findet man tausend Dinge, die es sonst nirgendwo gibt. Hier dreht sich alles um handgefertigte Kostbarkeiten, anspruchsvolle Küche und Unterhaltung auf höchstem Niveau.



ALLE SHOPS IN DEN HACKESCHEN HÖFEN

BESUCHERINFORMATION HACKESCHE HÖFE
Rosenthaler Straße 40 /
Sophienstraße 6
10178 Berlin

ÖFFNUNGSZEITEN
der Höfe täglich 8–22 Uhr
Die einzelnen Betriebe haben eigene Öffnungszeiten.

ANREISE
S- und Regionalbahn:
Hackescher Markt
U-Bahn: Weinmeisterstraße (U8)
Straßenbahn: Hackescher Markt

HOF I

ASKANIA UHRENMANUFAKTUR
mechanische Premiumuhren aus Berlin

CANAL BERLIN
handgemachte Eclairs und Eiscreme

RESTAURANT HACKESCHER HOF
stilvolles Ambiente und hauseigene Patisserie

OXYMORON
Restaurant und Café im Stil der 1920er-Jahre

RÖSTSTÄTTE
Kaffeespezialitäten mit Leidenschaft

CHAMÄLEON THEATER
innovative Entertainmentformate

HACKESCHE HÖFE KINO
Kinogenuss mit künstlerisch-konzeptionellem Programm

HOF II

BLUTSGESCHWISTER BERLIN
Mode jenseits des Mainstreams

JOST
Taschen aus europäischem Leder und Gewebe

LUMAS EDITIONSGALERIE BERLIN
Kunstwerke von etabliert bis Newcomer

SAWADE
Berlins älteste Pralinenmanufaktur

HOF III

AUERBACH BERLIN
handgefertigte Krawatten und Herrenaccessoires

PROMOBO
Konzeptstore für Designermode und -möbel, Accessoires und Schmuck

HOF IV

ARREY BERLIN
stilsichere, kreative Plissee-Kollektionen für Frauen

GRETCHEN
zeitlos modische Taschen und Accessoires

HOFFNUNG BERLIN
zeitlos modische Taschen und Accessoires

MÜHLE RASURKULTUR
Showroom und Barbershop für stilvolle Rasurkultur

PERLIN
besondere Schmuckstücke nach dem Motto „Alte Perlen neu gereiht“

TRIPPEN
extravagante Halbschuhe, Stiefel und Sandalen

WHO KILLED BAMBI?
nachhaltige Upcycling-Modemarke

ASELI
unverwechselbare Schaumzuckerprodukte seit 1921

EAT BERLIN
das Beste aus Berlins Genussmanufakturen

HOF V

AMPELMANN
Berliner Kultmarke rund um die DDR-Ampelmännchen

FREITAG FASHION
knallbunte und kreative Lack-Mode

INGE-GLAS MANUFAKTUR
Glasschmuckstücke aus traditioneller Handwerkskunst

HOF VI

GOLEM BAUKERAMIK
traditionell handgefertigte Wand- und Bodenfliesen

BILLARDSALON KÖH
Cocktailbar, Kunstgalerie und After-Work-Lounge in einem

HOF VII

CODRESSING
nachhaltiges Sharing-Modell für Bekleidung

FISHBELLY LINGERIE
Dessous aus ausgesuchten Materialien

LEVY'S CONTOR
Spielwaren, Messinglampen, Judaika und vieles mehr

HOF VIII

COY HUTSALON
maßgefertigte Hutmode und Kopfschmuck

FORMOST
Designprodukte mit Tradition

SALON HAUKE SCHMIDT
Haarsalon sowie Aveda- und La-Biosthétique-Shop

ROSENTHALER STRASSE

BRANDY MELVILLE
lässig-entspannte Freizeitmode

LULULEMON
Athleisure-Mode und Accessoires für Yoga, Sport und Alltag

„WIR GEHEN LIEBER DEN RICHTIGEN, STATT DEN EINFACHEN WEG.“

Patrick von Vacano, Vorstand von freakstotable e.V. im Gespräch mit der Foodbloggerin und freaks-Botschafterin Tina Kollmann

TINA: Lieber Patrick, erzähl mir doch mal, wer Du bist und wer die freaks sind?
PATRICK: Ich habe 2008 die Schokoladenmanufaktur Original Beans mitgegründet und beschäftige mich seit vielen Jahren mit den Themen Nachhaltigkeit, Landwirtschaft, Wertschöpfung und Lebensmittelqualität. Viele Menschen glauben, man müsse ans andere Ende der Welt reisen, um etwas zu verändern. Tatsächlich beginnen viele Lösungen direkt vor unserer Haustür. Genau hier setzt freakstotable an. Wir möchten die Liebe zum Lebensmittel wieder sichtbar machen und Menschen zusammenbringen, die Verantwortung übernehmen wollen. Der Verein ist ein Netzwerk aus Produzenten, Köchen, Handwerkern, Botschaftern und Genießern, die hochwertige Lebensmittel nicht als beliebige Ware betrachten, sondern als Kulturgut. Uns verbindet die Überzeugung, dass wir durch bewusstes Handeln positive Veränderungen bewirken können.

Du sprichst häufig davon, dass hochwertige Lebensmittel eine Antwort auf große gesellschaftliche Fragen sein können. Was meinst Du damit?
Viele Probleme werden heute isoliert betrachtet. Wir diskutieren über Klima, Landwirtschaft, Gesundheit oder Artenvielfalt, als wären das getrennte Themen. In Wahrheit hängt alles zusammen. Die Art und Weise, wie wir Lebensmittel produzieren und konsumieren, beeinflusst Landschaften, Böden, Wasser, Artenvielfalt und das Zusammenleben von Menschen. Deshalb glauben wir, dass Wertschätzung für Lebensmittel ein entscheidender Hebel ist. Wer versteht, wie Lebensmittel entstehen und welche Arbeit dahintersteckt, trifft andere Entscheidungen. Es geht nicht um Verbote oder Ideologien, sondern darum, Verantwortung für das eigene Handeln zu übernehmen.

Es gibt bereits Bewegungen wie beispielsweise Slow Food. Warum braucht es zusätzlich freakstotable?
Zunächst einmal haben wir großen Respekt vor Slow Food und ähnlichen Initiativen. Sie haben wichtige Arbeit geleistet und viele Themen überhaupt erst sichtbar gemacht. Wir verstehen uns nicht als Konkurrenz. Im Gegenteil: Wir suchen den Austausch. Gleichzeitig sind wir als kleinerer und jüngerer Verein oft direkter. Wir können schneller handeln und sehr klar kommunizieren, wofür wir stehen. Unser Anspruch ist es, uns regelmäßig selbst zu hinterfragen und darauf zu achten, dass wir unseren Werten treu bleiben. Gerade wenn Organisationen wachsen, besteht die Gefahr, sich von den ursprünglichen Idealen zu entfernen. Deshalb überprüfen wir immer wieder, ob wir noch den richtigen Weg gehen.

Was bedeutet das konkret im Alltag des Vereins?
Es bedeutet, dass wir Entscheidungen nicht allein nach wirtschaftlichen Kriterien treffen. Gerade bei unserem Festival ZU TISCH! erleben wir das regelmäßig. Jedes Jahr erhalten wir Angebote von großen Partnern, die vieles einfacher machen würden. Trotzdem entscheiden wir uns häufig bewusst für kleinere Produzenten und Handwerksbetriebe. Das bedeutet oft mehr Arbeit, mehr Organisation und weniger finanzielle Sicherheit. Aber genau darin zeigt sich, wie ernst man seine Werte nimmt. Wir möchten langfristig glaubwürdig bleiben und nicht den einfachsten, sondern den richtigen Weg gehen.





Die freaks teilen und erhalten Wissen um Lebensmittel – im Sinne von Kulturgut, Wertschöpfung, Ethik und Genuss.

Das erinnert mich an die Diskussion um Werte und wirtschaftlichen Erfolg.
Genau. Werte kosten manchmal Kraft, Zeit und Geld. Langfristig sind sie aber das Fundament von Vertrauen. Wer ausschließlich kurzfristigen Vorteilen folgt, verliert leicht seine Identität. Unsere Mitglieder und Partner wissen deshalb sehr genau, wofür wir stehen. Das schafft Glaubwürdigkeit und Verlässlichkeit.

Was macht die Mitgliedschaft bei den freaks besonders?
Viele Menschen vermuten zunächst, dass es bei uns vor allem um Absatzsteigerung oder Werbung geht. Natürlich freuen wir uns, wenn unsere Mitglieder wirtschaftlich erfolgreich sind. Der größte Mehrwert ist aber das Netzwerk. Unsere Mitglieder profitieren vom Austausch mit Menschen, die ähnliche Werte teilen. Es entstehen Kooperationen, Freundschaften, neue Ideen und gemeinsame Projekte. Man kann Fragen stellen, Erfahrungen teilen und voneinander lernen. Diese Gemeinschaft und das gegenseitige Vertrauen machen für mich den eigentlichen Kern von freakstotable aus.

Wie läuft eine Aufnahme ab?
Der Prozess ist bewusst umfangreich. Interessenten füllen einen ausführlichen Fragebogen aus und setzen sich intensiv mit ihrer eigenen Arbeitsweise auseinander. Danach werden die Angaben sorgfältig geprüft. Uns interessiert nicht nur das Produkt selbst, sondern auch die Haltung dahinter. Wie wird produziert? Wie werden Mitarbeitende behandelt? Woher stammen die Rohstoffe? Welche Philosophie verfolgt der Betrieb? Wenn kleinere Schwächen vorhanden sind, bedeutet das nicht automatisch eine Ablehnung. Wichtig ist die Bereitschaft zur Weiterentwicklung.

Das heißt, Ihr versteht Euch auch als Begleiter?
Absolut. Wenn wir erkennen, dass ein Betrieb grundsätzlich zu uns passt, aber noch Entwicklungspotenzial hat, begleiten wir diesen Prozess gerne. Unser Ziel ist es, gemeinsam besser zu werden. Gleichzeitig müssen wir die Interessen unserer Mitglieder schützen und darauf achten, dass unsere Standards glaubwürdig bleiben. Deshalb schauen wir sehr genau hin.

Welche Rolle spielen Botschafter?
Botschafter tragen unsere Werte nach außen. Sie helfen dabei, Menschen zu informieren, zu inspirieren und die Sichtbarkeit unserer Themen zu erhöhen. Gleichzeitig sind sie wichtige Sparringspartner. Wir möchten regelmäßig Feedback erhalten und wissen, wie unsere Ideen wahrgenommen werden. Deshalb sehen wir Botschafter nicht nur als Vertreter des Vereins, sondern auch als wichtige Impulsgeber.

Welche ethischen Grundsätze muss ein freak mitbringen?
Im Kern geht es um Respekt. Respekt vor Menschen, vor Tieren, vor Lebensmitteln und vor den natürlichen Ressourcen. Wir möchten verantwortungsvolles Handeln fördern und keine dogmatischen Regeln aufstellen. Es geht nicht darum, jeden Betrieb in ein starres Raster zu pressen. Viel wichtiger ist die Frage, mit welcher Haltung gearbeitet wird. Ressource betrachtet und verantwortungsvoll damit umgeht, teilt bereits einen wesentlichen Teil unserer Philosophie.

Welche Rolle spielen dabei Zertifikate wie „Bio“?
„Bio“ kann ein wichtiger Baustein sein, aber wir betrachten immer das Gesamtbild. Ein Zertifikat allein sagt nicht alles über die Qualität oder die gelebten Werte eines Betriebs aus. Entscheidend ist die tatsächliche Praxis. Wir möchten verstehen, wie Menschen wirtschaften, wie sie mit Ressourcen umgehen und welche Verantwortung sie übernehmen. Qualität entsteht durch Haltung und nicht durch ein Siegel.

Mir fällt immer wieder dieser besondere Spirit bei den freaks auf. Woher kommt diese Energie?
Wahrscheinlich deshalb, weil wir viele Menschen im Netzwerk haben, die gestalten wollen. Wir sind keine Organisation, die nur verwaltet. Unsere Mitglieder entwickeln Ideen, starten Projekte und setzen Dinge um. Stillstand empfinden viele von uns als Rückschritt. Daraus entsteht eine Dynamik, die man auf Veranstaltungen und bei Treffen sehr deutlich spürt.

Diese Energie zeigt sich besonders bei ZU TISCH!
Absolut. ZU TISCH! ist für mich die sichtbarste Form unserer Vereins-DNA. Das Festival bringt Produzenten, Köche und Verbraucher direkt zusammen. Menschen können erleben, wie Lebensmittel entstehen, wer sie produziert, und welche Geschichten dahinterstecken. Dadurch entsteht Verständnis.Wenn jemand direkt mit einem Hersteller spricht, entwickelt er ein ganz anderes Verhältnis zu einem Produkt.

Warum ist dieser direkte Kontakt so wichtig?
Weil Wertschätzung nur durch Verständnis entsteht. Wenn Verbraucher nachvollziehen können, wie viel Arbeit in einem Produkt steckt, entsteht Respekt für Qualität und das Verständnis für einen angemessenen Preis. Deshalb legen wir großen Wert auf Austausch, Workshops und Begegnungen. Gleichzeitig achten wir darauf, dass möglichst viele Menschen teilnehmen können. Bildung und Genuss sollen kein Luxus sein.

Welche Veränderungen beobachtet Ihr durch solche Veranstaltungen?
Wir sehen, dass Menschen bewusster einkaufen und mehr Fragen stellen. Auch Händler und Gastronomen reagieren auf diese Entwicklung. Wenn Verbraucher Qualität erkennen, entsteht Nachfrage nach hochwertigen Produkten. Davon profitieren regionale Produzenten und handwerkliche Betriebe. Langfristig stärkt genau das nachhaltige Wirtschaftsstrukturen.

Ein wichtiges Element ist die blaue freakstotable-Plakette. Tobias Bätz sagt: „Die blaue freakstotable-Plakette muss wichtiger werden als die rote Michelin-Plakette.“

Was steckt dahinter?
Die blaue Plakette soll Orientierung schaffen. Wer sie sieht, soll wissen, dass dort Qualität, Ethik, Handwerk und Genuss zusammenkommen. Weil wir nicht nur das Handwerk unter die Lupe nehmen, sondern auch die verwendeten Rohstoffe. Sie soll Verbrauchern Sicherheit geben und ein sichtbares Zeichen für verantwortungsvolle Produktion sein. Uns geht es darum, Vertrauen aufzubauen und transparente Standards sichtbar zu machen.

Warum engagiert Ihr Euch außerdem auch auf Fachmessen wie beispielsweise der Rolling Pin.Convention oder der Internorga?
Weil Köche und Gastronomen wichtige Multiplikatoren sind. Sie stehen täglich mit Gästen in Kontakt und können Wissen weitergeben. Gleichzeitig benötigen unsere Manufakturen Absatzmöglichkeiten. Auf Messen haben wir die Gelegenheit, mit Fachleuten ins Gespräch zu kommen und unsere Werte in die Branche hineinzutragen.

Bildung spielt für Euch generell eine große Rolle.
Ja, denn Wissen ist die Grundlage für bewusste Entscheidungen. Viele traditionelle Fähigkeiten gehen heute verloren. Deshalb möchten wir jungen Menschen zeigen, wie Lebensmittel entstehen und verarbeitet werden. In unserem Netzwerk tauschen sich Köche, Produzenten und Auszubildende aus. Dadurch entstehen wertvolle Lernerfahrungen, die weit über den normalen Ausbildungsalltag hinausgehen.

Ein gutes Beispiel dafür ist der Schokoriegel, der gemeinsam mit Schülern entwickelt wurde.
Dieses Projekt zeigt hervorragend, wie Bildung funktionieren kann. Die Schülerinnen und Schüler haben nicht nur ein Produkt entwickelt, sondern den gesamten Entstehungsprozess kennengelernt. Sie beschäftigten sich mit Rohstoffen, Handwerk, Verpackung, regionaler Wertschöpfung und nachhaltiger Produktion. Dadurch wurde aus einem Lebensmittelprojekt ein ganzheitliches Bildungsprojekt.

Zum Abschluss: Warum gehören die freaks in ein Buch über Deutschlands beste Manufakturen?
Weil unser Netzwerk für die Verbindung von Qualität, Handwerk, Ethik und Genuss steht. Unsere Mitglieder übernehmen Verantwortung und arbeiten mit großer Leidenschaft. Wer verstehen möchte, wie hochwertige Lebensmittel entstehen und welche Menschen dahinterstehen, findet bei freakstotable zahlreiche Beispiele dafür. Genau deshalb passen die freaks in ein Buch über die besten Manufakturen Deutschlands.

KONTAKT

freakstotable e.V.
Rathausplatz 4, 95339 Wirsberg

info@freakstotable.com
freaktstotable.com



freakstotable e.V.

freakstotable e.V. ist ein Netzwerk aus Köch:innen, Manufakturen, Botschafter:innen und Förderern, die eine gemeinsame Leidenschaft verbindet: herausragende Lebensmittel und bewusster Genuss. Der Verein setzt sich für den Erhalt und die Weitergabe von Wissen über Lebensmittel als Kulturgut ein und macht Themen wie Qualität, Herkunft, Handwerk, Wertschöpfung und Lebensmittelethik erlebbar. Mit Geschichten, Rezepten, Veranstaltungen und einem starken Netzwerk bringt freakstotable Menschen zusammen, die gute Lebensmittel nicht nur genießen, sondern ihre Entstehung verstehen und wertschätzen wollen. *Auf dem Foto: Patrick von Vacano und Tobias Bätz*



Foodbloggerin Tina Kollmann

Tina Kollmann lebt in Nürnberg und entwickelt bei Siemens Healthineers Mammografie-Systeme. Auf ihrem Online-Magazin foodundco.de zeigt sie seit 2014, wie gut ehrliche Küche ohne Fertigprodukte schmeckt und wie viel man selbst machen kann. Regional, saisonal, bio und kompromisslose Qualität stehen für sie an erster Stelle. Als leidenschaftliche Gastgeberin begeistert sie mit Rezepten, die Genuss und Wissen verbinden. Für freakstotable ist sie seit 2026 als Botschafterin für Lebensmittelethik aktiv: Sie betreut den Blog, erzählt die Geschichten vom Kochen und den freak-Manufakturen und macht die Werte des Netzwerks für ihre Community erlebbar.