



1



2



3



5

- 1 **Radiant Serving** Aus einer Kooperation von Tableware-Designerin, Studenten und Spitzenkoch: der Haferpod.
- 2 **Das Radiant-Serving-Team** Christian Krüger und Lisa Freyschmidt während des kreativen Prozesses.
- 3 **Kuori** Die harte Schale, das Knacken eines Schokoladenplättchens – die Schale »Kuori« (Radiant Serving) ist für ein Dessert aus Ei konzipiert.
- 4 **Buntglas** War zu sehen in der »Hotel Uchronia«-Installation auf der Maison & Objet-Messe: ein Fenster von Atelier Toporkoff, Paris.
- 5 **Schön verspielt** Aus der Glas-Kollektion von Hizoga, zu sehen auf der Maison & Objet-Schau im Januar.



4

> mit extravagantem Muster«, gibt er Beispiele. Gerade dunklere Töne, der Designer erwähnt konkrete Moosgrün und Kastanienbraun – sieht er im Kommen.

VOM SCHABGEFÜHL

»Üppig, reichlich, vorzüglich« (von Essen, Trinken) – so lautet ein Teil der Definition des Wortes opulent. Auch Ideen können opulent sein. Etwa wenn aus vermeintlichen Kleinigkeiten, wenn nicht sogar Nichtigkeiten, etwas Großes wird. Man denke an das Gefühl beim Schaben in einer Schüssel, das kindliche Ablecken eines Tellers, den Strohhalm, an dem man nicht nur saugt. »Als Koch bekommt man davon gar nichts mit«, sinniert Spitzenkoch Christian Krüger (seit Februar

neu: die »Faktorei 21« in Duisburg). Fine Dining ist sein Geschäft – und genau das hat er im Rahmen einer Kooperation neu betrachtet. »Bisher dachte man als Koch nur daran, das Gericht in Szene zu setzen.« Gemeinsam mit Produktdesignerin und Uni-Professorin Lisa Freyschmidt bzw. ihren Studierenden entstand »Radiant Serving«, eine Serie sehr spezieller Gefäße – präsentiert auf der Ambiente-Messe. Sie heben Kohl auf ein Podest, präsentieren Forellengerichte oder ermutigen zum Lecken. Sie nehmen die Form des Lebensmittels auf, spielen mit unterschiedlicher Haptik (glasierte und nicht glasierte Keramik) und ermutigen so generell zum Erforschen. Tableware-Designerin Freyschmidt lobt die »Innovationskraft, die aus so einem Dialog kreativer Köpfe« hervorgehe. Der Nutzen

für die Gastronomie liegt für sie auf – und in diesem Fall auch in der Hand: »Schon ein paar ikonische Gefäße können das Kulinarik-Konzept eines Betriebs verkaufen, Identität und eine wiedererkennbare Atmosphäre schaffen.« Neuausrichtung, Gründungsphase – oder natürlich Events: Gelegenheiten gibt es. Davon ist auch Krüger überzeugt: »Jeder Gast will begeistert werden! Ich denke, man kann solches Geschirr in jeder Art Gastronomie einbauen.« Die Teller und Schalen selbst können sich farblich dann auch gerne zurückhalten, für Freyschmidt wirkt Porzellan sowie so am besten in Weiß, da die »natürliche Farbe die Ästhetik des Materials betont«. Auch Weiß, auch Natürlichkeit, kann opulent sein. Der Gedanke zählt. Der eine Gedanke, den man sich zusätzlich macht.

Mär - Apr 2025
www.falstaff-profi.com
€ 8,-

P.b.b. MZ 162040699 M
Falstaff Verlag
Schottenring 2-6
1010 Wien

falstaff profi

ARLBERG, NEU
AUFGESTELLT

KANTINE ALS
IMAGE-TURBO

IDEAL: DIE VANS
FÜRS CATERING

GAST-SCHICHT:
DIE CHECKLIST

PLACHUTTA 3.0

NEUE GENERATION, NEUER MARKT, NEUE IDEEN

Christoph Plachutta im Exklusiv-Gespräch