

ZUKUNFTSORTE Neue Ideen für FrankfurtRheinMain — **WDC 2026** Warum Gestaltung die Demokratie stärken kann — **WIRTSCHAFT** Wo weltbekannte Produkte zu Hause sind — **KULINARIK** Wieso Food-Design nicht nur das Auge begeistert — **TALENTSCHMIEDEN** Wie der Design-Nachwuchs kreative Lösungen von morgen gestaltet — **HANDWERK** Wo klassische Handwerkskunst auf innovatives Design trifft

Ausgabe 2025/26

Wo Zukunft Gestalt annimmt



Frankfurt
RheinMain

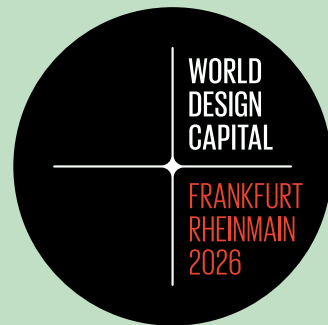
Become a part of it

World
Frankfurt

Design
RheinMain

Capital
2026

Gestalten Sie unsere Zukunft mit – als Partner der WDC 2026



Design als Motor für gesellschaftlichen Wandel

Design ist mehr als das Gestalten schöner Produkte. Es geht um die Gestaltung von Zusammenleben, Demokratie und Zukunft. Design stößt Transformation an, vereinfacht den Zugang zu Informationen, fördert die aktive Beteiligung und initiiert notwendige Veränderungen.

Präsentieren Sie Ihre nachhaltigen Projekte oder Innovationen als Teil der WDC 2026. Werden Sie Kooperationspartner – wir freuen uns auf Sie.



Weitere Infos finden Sie hier:
wdc2026.org/de/beteiligung-unternehmen

World Design Capital® ist eine Initiative der



Förderer der WDC 2026 sind



Träger der WDC 2026 ist



Editorial



GESTALTUNGS- KRAFT AUS DER REGION

FrankfurtRheinMain trägt 2026 als erste deutsche Region den Titel World Design Capital – eine große Auszeichnung und eine noch größere Chance.

Gestaltung war hier nie nur Oberfläche oder Stil, sondern immer Haltung. Sie reicht von der sozialen Architektur der „Neues Frankfurt“-Bewegung über handwerkliche Exzellenz bis zu innovativen Designmarken, die weltweit Maßstäbe setzen. FrankfurtRheinMain ist eine Region, in der Tradition und Zukunftsgestaltung Hand in Hand gehen.

Heute erleben wir, wie sich die Anforderungen an gutes Design weiterentwickeln. Es geht um mehr als Ästhetik – es geht um Nachhaltigkeit, gesellschaftlichen Zusammenhalt, Teilhabe, Digitalisierung. Technologien wie Künstliche Intelligenz fordern uns heraus, Gestaltung neu zu denken: Welche Räume schaffen wir für menschliche Kreativität? Wie verbinden wir Präzision und Intuition, Handwerk und Hightech? Die Antworten darauf entstehen nicht nur in Ateliers oder Architekturbüros, sondern auch in Forschungseinrichtungen, Start-ups, Werkstätten, Hochschulen und Unternehmen unserer Region.

Diese Ausgabe des FRM-Magazins gibt einen Einblick in diese Gestaltungskraft: Sie stellt Menschen vor, die mit Ideen, Mut und Haltung Zukunft entwerfen – analog und digital, funktional und künstlerisch. Es ist dieser Reichtum an Perspektiven, der FrankfurtRheinMain prägt – und zur Designregion von morgen macht.

Ich wünsche Ihnen eine inspirierende Lektüre!



Mike Josef

Oberbürgermeister der Stadt Frankfurt am Main



INNOVATION GESTALTET ZUKUNFT

FrankfurtRheinMain steht für wirtschaftliche Stärke, internationale Vernetzung und technologische Innovationskraft – gepaart mit ausgezeichneten Hochschulen, akademischer Exzellenz und einer vielfältigen Kulturlandschaft. Was die Region darüber hinaus auszeichnet, ist ein unternehmerischer Gestaltungswille, der Ideen in reale Lösungen überführt – und der zeigt: Zukunft entsteht nicht zufällig, sie wird aktiv entworfen. Dass FrankfurtRheinMain 2026 als erste deutsche Region den Titel World Design Capital trägt, ist Ausdruck dieser Haltung. Design ist hier kein Selbstzweck, sondern ein wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Impulsgeber.

Ein echtes Schaufenster-Projekt unserer Wirtschaftsregion ist der neue Startup Space der Innovationsplattform Futury, der derzeit im Frankfurter Bertramshof entsteht – auf dem früheren Gelände des Hessischen Rundfunks. Hier wächst ein Areal für die nächste Generation an Gründerinnen und Gründern. Besonders erfreulich: Es handelt sich um eine enge, regionale und länderübergreifende Zusammenarbeit von starken Partnern aus Wirtschaft und Wissenschaft – ganz im Spirit der FRM GmbH. Dieser Ort repräsentiert, was die gesamte Region ausmacht: zukunftsweisende Ideen, praxisnahe Bildung, etablierte Netzwerke – und der Wille, Innovationen sichtbar und wirksam zu machen. Gemeinsam.

Unsere Region ist Heimat führender Unternehmen, hochqualifizierter kluger Köpfe und kreativer Marken. FrankfurtRheinMain ist ein Zukunftslabor, in dem Menschen und Märkte zusammenkommen – im Herzen Europas. Dieses Magazin zeigt, wie eng wirtschaftliche Leistungsfähigkeit und gestalterische Qualität hier zusammenspielen – und warum unsere Region so spannend bleibt für Investitionen, Talente und neue Ideen.

Ich wünsche Ihnen viel Spaß beim Lesen!



Eric Menges

Geschäftsführer der FrankfurtRheinMain GmbH
International Marketing of the Region

DIE PARTNER
DIESER FRM-AUSGABE

GOLD



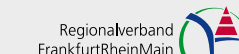
BRONZE

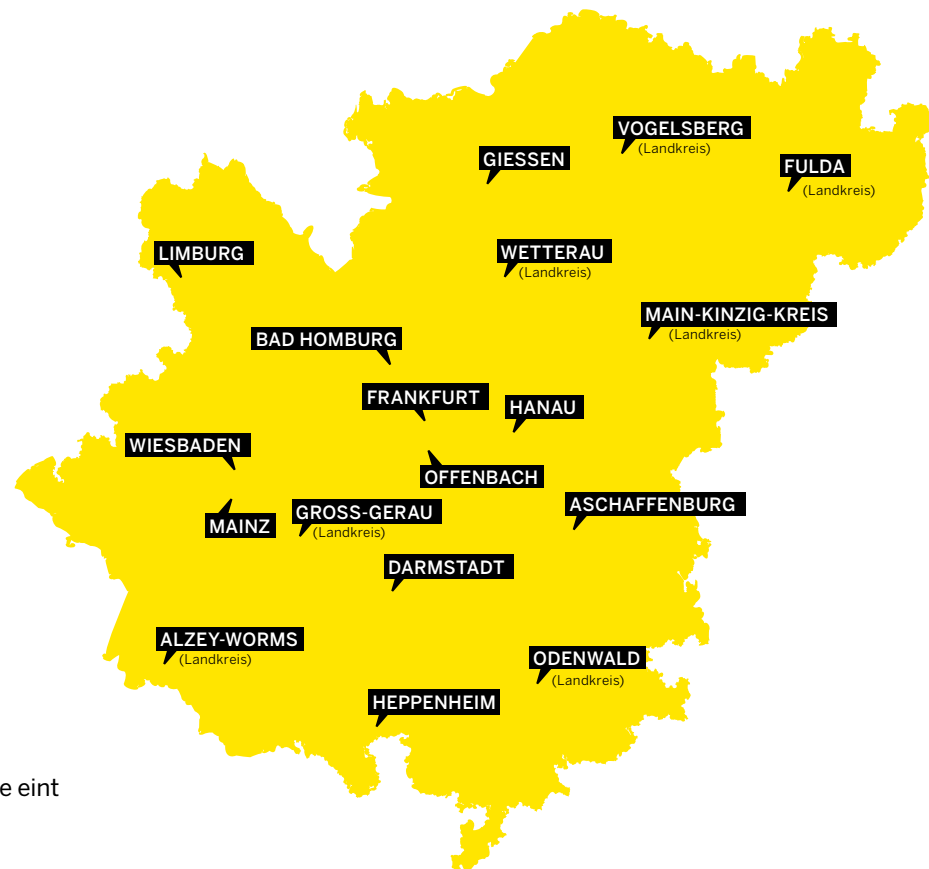


SILBER



UNTERSTÜTZER





- 03 Editorial**
- 04 Inhalt/Impressum**
- 06 World Design Capital**
 - > Was Gestaltung und Demokratie eint
- 10 Design-Tour durch FRM**
 - > Wo Design erlebbar wird
- 12 Handwerk**
 - > Meisterhafte Kunstfertigkeit
- 18 Unternehmen**
 - > Weltbekannte Produkte made in FRM
- 24 Zeitlose Ikonen**
 - > Design-Klassiker aus der Region
- 26 Zukunftsorte**
 - > Eine Heimat für Innovationen
- 34 Talentschmieden**
 - > Ein Blick in die Designhochschulen
- 40 Kulinarische Genüsse**
 - > Kreative Küche trifft auf originelle Verpackungen
- 46 Locals**
 - > Welche Gesichter und Geschichten man kennen muss

Zukunftsorte in FrankfurtRheinMain
 Unser Titelbild zeigt den Bertramshof in Frankfurt – siehe auch Seite 26–33



IMPRESSUM

Herausgeber FRM – Das Magazin über die Metropolregion FrankfurtRheinMain wird realisiert von der FrankfurtRheinMain GmbH International Marketing of the Region in Zusammenarbeit mit Fazit Communication GmbH, Frankfurt am Main. Für die FrankfurtRheinMain GmbH: Eric Menges, Geschäftsführer
Verlag Fazit Communication GmbH, Tel.: (069) 7591-3101, Geschäftsführung: Jonas Grashey, Hannes Ludwig
Anschrift von Verlag und Redaktion Pariser Straße 1, 60486 Frankfurt am Main, zugleich auch ladungsfähige Anschrift für alle im Impressum genannten Verantwortlichen und Vertretungsberechtigten

Redaktion Janet Schayan (verantwortlich), Kim Berg, Christina Dier, Christina Henning, Wolf Zinn
Art-Direktion/Produktion Viktoria Vieweg
Distribution Jadwiga Jaenicke, Tel. (069) 7591-3011, Fax (069) 7591-2673
Hinweise Namentlich gekennzeichnete Beiträge geben nicht unbedingt die Meinung der Redaktion wieder. Nachdruck nur mit Genehmigung des Verlags. Printed in Germany. Copyright © by Fazit Communication GmbH 2025. Das Papier der Zeitschrift ist umweltfreundlich. Es wurde unter Verwendung von chlorfrei gebleichtem Zellstoff hergestellt.
Titelbild Jonas Ratermann



NEUER STARTPUNKT FÜR DEINE GAMES INNOVATION

Im Frankfurt Business Games Hub finden junge Studios und Gaming-Startups die ideale Umgebung, um ihre Ideen wachsen zu lassen.

Im Osten der Stadt, im Frankfurter Gründerzentrum gelegen, vereint der Hub moderne Infrastruktur, individuelle Förderung und direkten Zugang zum regionalen Startup-Ökosystem. Hier entsteht die nächste Generation der Games-Entwicklung.

Frankfurt ist nicht nur Finanzmetropole, sondern ein kreativer Hotspot für Games – mit starken Playern wie Nintendo of Europe und preisgekrönten Studios wie Keen Games. Ein Standort, der Innovation, Know-How und Erfolg vereint.

FRANKFURT BUSINESS GAMES HUB

frankfurt-business.net/gameshub



in @ f
#wifoeffm



Im Rahmen der WDC 2026 werden in der Region Ideen entwickelt, wie Gestaltung das Zusammenleben verbessern kann.

MIT GESTALTUNG DIE DEMOKRATIE STÄRKEN

Unter dem Motto „**Design for Democracy. Atmospheres for a better life**“ bringt FrankfurtRheinMain als World Design Capital 2026 Menschen, Ideen und Impulse aus aller Welt zusammen.

VON KIM BERG

Design spielt in FrankfurtRheinMain eine prägende Rolle. Das zeigt ein Blick in die Kultur- und Architekturgeschichte der Region. Mit der Idee des „Neuen Frankfurt“ schufen Ernst May und sein Team in den 1920er-Jahren ein weltweit beachtetes Modellprojekt für modernes, sozial orientiertes Design und programmatischen Städtebau. 2025 feierte das Neue Frankfurt seinen 100. Geburtstag und ist Thema in mehreren großen Ausstellungen. Noch früher schrieb Darmstadt Designgeschichte: 2026 jährt sich zum 125. Mal die erste Ausstellung der

Künstlerkolonie auf der Mathildenhöhe, die bis heute als Meilenstein für modernes Design und angewandte Kunst gilt. Fortgeschrieben wird dieses vitale Erbe durch zahlreiche Unternehmen und die großen Gestaltungshochschulen der Region, die die gute Form immer wieder neu denken und anwenden.

Im Jahr 2026 richtet sich das internationale Rampenlicht auf Design aus FrankfurtRheinMain. Als World Design Capital (WDC)



Rund 2.000 Veranstaltungen setzen die Partner des WDC in Frankfurt-RheinMain um – dazu gehören zum Beispiel Ausstellungen, offene Ateliers und interaktive Formate.



präsentiert sich die Region als Bühne für die Frage, wie Gestaltung unsere Gesellschaft, unsere Städte und unser Zusammenleben verändern kann. „Mit dem Titel der World Design Capital kann unsere Region ihre Identität wiederentdecken, die seit Jahrhunderten in ihrer DNA verankert ist: kreativ, innovativ, vielfältig und offen für Veränderung“, sagt WDC-Geschäftsführerin Carolina Romahn. „FrankfurtRheinMain ist seit Jahrhunderten ein internationaler Innovations- und Transformationshub. Die künstlerischen und sozialen Bewegungen des Neuen Frankfurt und der Mathildenhöhe Darmstadt sind beispielhaft und eine Blaupause für mögliche zukünftige groß angelegte Gestaltungsprojekte für Stadträume und die regionale Infrastruktur.“

Der Leitgedanke „Design for Democracy. Atmospheres for a better life“ lädt dazu ein, Design als gesellschaftliche Kraft zu verstehen, als Mittel, um demokratische Prozesse zu stärken und die Lebensqualität für alle zu verbessern. „Demokratie ist permanent im Wandel und eine gestalterische Daueraufgabe in allen Bereichen des Lebens“, sagt Romahn. Was abstrakt klingt, machen Menschen in Frankfurt-RheinMain konkret erfahrbar – mit einem ebenso vielseitigen wie ambitionierten Programm, das sich über das gesamte Jahr und darüber hinaus erstreckt. Etwa 2.000 Veranstaltungen setzen die rund 400 Partner der WDC 2026 in FrankfurtRheinMain um. „Wir machen die Region zu einer großen Werkstatt des Experimentierens und Ausprobierens, es darf auch mal etwas schiefgehen. Entscheidend ist, dass wir ins Machen kommen“, erklärt die WDC-Geschäftsführerin.

Im Juni 2026 wird die Region zum internationalen Treffpunkt für Gestalterinnen und Gestalter, für Kreative und für alle, die sich für zukunftsfähige Formen des Zusammenlebens interessieren. Auf der „World Design Experience“ bringt die WDC die Kreativwirtschaft und Unternehmen der Region in unterschiedlichen Formaten zusammen. Das Veranstaltungsformat verwandelt FrankfurtRheinMain für zehn Tage in ein Labor der Zukunft: In Ausstellungen, offenen Ateliers und interaktiven Formaten treffen regionale Ideen auf Impulse aus aller Welt. Dabei geht es weniger um Design im klassischen Sinne als vielmehr um Räume für Austausch, um Orte, an denen neue Perspektiven entstehen können.

Im August folgt mit dem „Month of Design“ ein weiteres Herzstück des Jahresprogramms. Besucher erwarten viele Outdoor-Veranstaltungen und ein interdisziplinäres „World Design Street Festival“ an verschiedenen Orten der Region mit spannenden Mitmach- und Experimentierformaten. Einen Monat lang dreht sich alles um Gestaltung in ihrer ganzen Vielfalt – von großformatigen Installationen über



Carolina Romahn ist Geschäftsführerin von World Design Capital 2026.

WDC 2026 soll Impulse für eine dauerhafte Transformation geben. //

ungewöhnliche Entdeckungstouren bis hin zu Ausstellungen. Das „World Design Street Festival“ verwandelt an drei aufeinanderfolgenden Wochenenden verschiedene Stadtquartiere in Frankfurt und der Region in temporäre Kreativräume. Hier mischt sich Street Art mit Musik und Performance.

Über das gesamte Jahr hinweg prägen zudem zahlreiche kleinere Formate das Programm. „Highlights wird es in 2026 in der ganzen Region geben“, erklärt Romahn, „so werden wir hängende Gärten, einen solarbeleuchteten Radweg zwischen Offenbach und Frankfurt und zirkuläre Angebote für die Weiterverwendung von Produkten präsentieren, den Kulturcampus in Frankfurt-Bockenheim mit vielfältigen Akteurinnen, Akteuren und Aktionen wiederbeleben und in Wiesbaden den ersten Superblock installieren.“ Das Konzept eines Superblocks kommt aus Barcelona und sorgt durch Verkehrsberuhigungen und die Installation von Grünflächen für eine bessere Lebensqualität der Anwohner. Mit dem WDC-Campus werden auch die Hochschulen der Region in die Prozesse eingebunden.

Hinzu kommen außergewöhnliche Projekte, die zeigen, wie niedrigschwellig und gleichzeitig relevant Design gedacht werden kann.

Das reicht von TikTok-Formaten, die gesellschaftliche Debatten neu inszenieren, bis hin zu Demokratiewerkstätten in Kiosken oder leerstehenden Schaufenstern. In Darmstadt erinnert die Ausstellung „A Step Ahead“ an 125 Jahre visionäre Gestaltung auf der Mathildenhöhe und verknüpft dabei Vergangenheit und Zukunft des Designs. Die Projekte sollen demokratische Teilhabe, soziale Gerechtigkeit, ökologische Nachhaltigkeit und kulturelle Vielfalt durch kreative Ansätze im öffentlichen Raum fördern.

Neben öffentlichen Design-Erlebnissen bringen drei große internationale Konferenzen Expertinnen und Experten aus Design, Wissenschaft und Politik zusammen. In Wiesbaden, Offenbach und Frankfurt geht es in der „World Design Policy Conference“ um die Frage, wie Gestaltung zum Treiber gesellschaftlicher Transformation werden kann. „In der Paulskirche werden wir ein Manifest an Entscheidungsträger, Politikerinnen und Politiker der Region übergeben, das Design und prozessuale Gestaltung nachhaltig in demokratischen Strukturen verankern möchte. WDC 2026 soll ja weit über das Jahr hineinwirken, es soll Impulse für dauerhafte Transformation geben“, erklärt Romahn. In der abschließenden „Convocation Ceremony“ übergeben die Veranstalterinnen und Veranstalter der WDC 2026 feierlich den Staffelstab an die nächste Designhauptstadt. //



Gestalte mit, wie wir leben wollen!





Design for Democracy.
Atmospheres for a better life

Der Kulturfonds Frankfurt RheinMain fördert
World Design Capital Frankfurt RheinMain 2026.



Getragen wird der gemeinnützige Fonds vom Land Hessen, von Frankfurt am Main, dem Hochtaunuskreis und dem Main-Taunus-Kreis, Darmstadt, Wiesbaden, Hanau, Bad Vilbel, Offenbach am Main, Oestrich-Winkel, dem Rheingau-Taunus-Kreis und dem Kreis Offenbach. Weitere herausragende Kunst- und Kulturprojekte finden Sie unter www.kulturfonds-frm.de / Facebook / Instagram / Newsletter

1 Der Mensch im Mittelpunkt: „Neues Frankfurt“

Vor 100 Jahren erfand sich Frankfurt radikal neu: Zwischen 1925 und 1930 entstanden über 12.000 Wohnungen, ganze Siedlungen sowie öffentliche und industrielle Bauten wie die Großmarkthalle. Das Stadtplanungsprojekt „Neues Frankfurt“ unter der Leitung von Ernst May setzte auch ästhetisch Maßstäbe und stellte das Gemeinwohl in den Mittelpunkt – ein bahnbrechender Ansatz. Klare Linien und Funktionalität prägten die Architektur, bis heute sind Häuser des „Neuen Frankfurt“ zum Beispiel in der Römerstadt, am Bornheimer Hang (Foto) oder im Riederwald zu sehen.

**KRONBERG
IM TAUNUS** 4

**FRANKFURT
AM MAIN** 1

HANAU 3

2
**OFFENBACH
AM MAIN**

WIESBADEN 5

6 **DARMSTADT**



Moderne Kunst und Architektur: Museum Reinhard Ernst

Strahlend weiß steht er da, der „Zuckerwürfel“ von Wiesbaden. Diesen Spitznamen verdankt das Museum Reinhard Ernst, das der japanische Stararchitekt Fumihiko Maki entworfen hat, der klaren Linienführung seiner Fassade. Dahinter präsentiert sich in großzügigen und lichtdurchfluteten Räumen abstrakte Kunst aus den vergangenen 75 Jahren.



1 Meisterwerke der Luftfahrt: Besucher- und Konferenzzentrum der Lufthansa

Legendäre Luftfahrt zum Anfassen: Im neuen Lufthansa Besucherzentrum am Frankfurter Flughafen können Besucher ab April 2026 zwei Ikonen der deutschen Fluggeschichte bestaunen – eine Lockheed Super Star aus den 50ern und „Tante Ju“, die Junkers Ju 52.

Alles über Schrift und Buch: Klingspor Museum

Von A wie Arial bis Z wie Zeile: Im Klingspor Museum in Offenbach steht die Gestaltung von Buch und Schrift im Mittelpunkt. Typografie und Kalligrafie werden in den Ausstellungen großgeschrieben, und in der Druckwerkstatt kann das Handwerk gelernt werden.



DIE GRAND TOUR DES GUTEN DESIGNS

VON CHRISTINA HENNING

Wo wird Design in FrankfurtRheinMain erlebbar? Eine Tour von Wiesbaden über Offenbach bis in den Taunus führt an Orte kreativer Gestaltung und zeigt: Ob Architektur, Schmuckhandwerk oder Typografie – die Vielfalt guter Formen zeichnet die Region aus.



4 Klare Formen: BraunSammlung in Kronberg im Taunus

Können ein Föhn oder ein Toaster zur Ikone werden? Wenn ihr Design von Dieter Rams stammt, auf jeden Fall. Der langjährige Chefdesigner der Firma Braun entwarf Geräte nach seinen eigenen Thesen des guten Designs – zum Beispiel müsse es ehrlich und unaufdringlich sein. Seine umgesetzten Entwürfe lassen sich in der BraunSammlung in Kronberg im Taunus entdecken.

Schmuck und Handwerk: Goldschmiedehaus Hanau

Filigranter Goldschmuck, massive Objekte aus Silber, dutzende Glanzstücke: Im Deutschen Goldschmiedehaus in Hanau zeigen wechselnde Ausstellungen die Formvielfalt der Edelmetalle – geschmiedet und gestaltet von Künstlerinnen und Künstlern aus der ganzen Welt.



6 Aufbruch in die Moderne: Mathildenhöhe in Darmstadt

„Habe Ehrfurcht vor dem Alten und Mut, das Neue frisch zu wagen.“ Mit diesem Leitsatz prägte Großherzog Ernst Ludwig die von ihm gegründete Künstlerkolonie auf der Mathildenhöhe. Ab 1901 entstand hier – zunächst im Jugendstil – ein architektonisches Gesamtkunstwerk, das in den folgenden Jahren immer weitergedacht wurde. Detailliert geplante Wohnhäuser und die landschaftliche Gestaltung zeigen den Willen zur Moderne. Über allem thront der Hochzeitsturm mit seinem Dach aus fünf abgerundeten Zinnen. Heute gehört die Mathildenhöhe in Darmstadt zum UNESCO-Welterbe.

MIT HAND UND HERZ

Im Handwerk bringt die Fusion von Tradition und Innovation immer wieder neue **Erfolgsgeschichten** hervor. Sie erzählen von gestalterischer Kraft, technischem Know-how – und ganz viel Begeisterung.

VON CONSTANZE KLEIS (TEXT) UND JONAS RATERMANN (FOTOS)

Thomas Pildner ist ein Quereinsteiger. Man könnte auch sagen, der ehemalige Manager hat einfach etwas länger gebraucht, um seine Bestimmung zu finden. Aber dann ging es rasant voran. Nachdem Pildner sich schon seit 1998 intensiv mit dem Werkstoff Holz, mit Form und Struktur befasst hatte, war schnell klar: „It is a match.“ Er belegte Kurse bei namhaften Drechslern, 2010 folgte die Eröffnung einer eigenen Werkstatt in Bad Homburg, und schließlich gab es wichtige Preise wie den Hessischen Gestaltungspreis 2018. „Ich liebe das Material.“, sagt der 67-Jährige. Anfangs schuf der Drechsler und Bildhauer noch elegante Massivholzschalen, in denen man schon mal Salat oder Müsli anrichten konnte. Mittlerweile hat sich seine Arbeit von Gebrauchsgefäßen zu dickwandigen, wuchtig-eleganten Gefäßobjekten weiterentwickelt. Seine Werke müssen sich nicht mehr im Haushalt nützlich machen, sondern können allein für sich stehen. Und das tun sie auch sehr prominent – zum Beispiel im Museum Angewandte Kunst in Frankfurt oder an der Goethe-Universität. Viele seiner Objekte befinden sich mittlerweile in öffentlichen Sammlungen.

Pildner beschäftigt sich intensiv mit dem Wesen des jeweiligen Holzes, das ausschließlich von schon gefällten, heimischen

Bäumen – oft aus Notfällungen – stammt. In seinem Holzlager findet man Stücke einer 200 Jahre alten Eibe aus dem Bad Homburger Schlosspark oder des Mammutbaums aus dem Kirchgarten der evangelisch-methodistischen Gemeinde in Friedrichsdorf. Pildner arbeitet sich tief in den Charakter des jeweiligen Materials ein. Er skizziert seine Entwürfe entlang der Wachstumsringe, Astgabelungen, Verletzungen – etwa durch Rehverbiss – oder Unregelmäßigkeiten im Holz. Manchmal arbeitet er jahrelang an einem Objekt. „Zunächst muss man dem Holz Zeit geben zu trocknen. Je nach Holzart rechnet man pro Zentimeter Wandstärke mit etwa einem Jahr Trocknungszeit“, erklärt der Drechsler. Ist das Holz bereit, schneidet Pildner es mit der Kettenäge vor und legt es danach noch einmal zur Seite. „Ein Jahr später wird der Rohling, der schon mal bis zu zwei Zentner schwer sein kann, von mir auf der Drechselbank in eine grobe Form gebracht“, so Pildner. Bis er sich um die Oberflächengestaltung kümmert, kann es schon mal fünf oder sechs Jahre dauern, in denen er Jahr für Jahr an der Drechslerbank weiter an der Form arbeitet. „Ich gestalte durch Wegnehmen. Das heißt, ich muss mir im Vorfeld im Klaren sein, wie das fertige Produkt aussieht.“ Das manuelle Bearbeiten geschieht mit entsprechenden

Einige Werke von Thomas Pildner sind in öffentlichen Sammlungen zu finden – zum Beispiel im Museum Angewandte Kunst in Frankfurt.



Derix Glasstudios setzt auch Entwürfe von Künstlerinnen und Künstlern um.

Glas ist, als würde man mit Licht malen. //

Bildhauerwerkzeugen. Bevor er seine Werke an deren neue Besitzer übergibt, strukturiert, bürstet, schleift und ölt Pildner die Stücke. Mittlerweile sind sie Teil privater Kunstsammlungen in Südkorea, in Nordamerika, in ganz Europa und sollen dort auch – so Pildner – zeigen, „wie unendlich viel Schönheit diese Welt trotz allem immer noch für uns bereithält“.

Ähnlich reiselustig wie die Holzobjekte aus Bad Homburg ist auch die Glaskunst aus den Derix Glasstudios in Taunusstein. Man findet die farbenprächtigen Glasfenster und -wände unter anderem in Österreich, Ägypten, Italien, Dubai, in den USA, Spanien oder in der Schweiz. Dort schmücken sie Kirchen, Krankenhäuser, Kindergärten, staatliche Institutionen, Museen, Altersheime, Universitäten, Schulen, Büros, Tagungszentren und sogar eine Justizvollzugsanstalt. Die Wurzeln des Unternehmens gehen zurück in das Jahr 1866, als Wilhelm Derix I. in Goch am Niederrhein den Grundstein für den Erfolg legte. Bis 2015 war der Betrieb in Familienbesitz, bis der Glasermeister, Glasmaler, langjährige Mitarbeiter und staatlich geprüfte Glasbautechniker Rainer Schmitt übernahm, um die Zukunft der Glasstudios zu sichern.

„Glas ist, als würde man mit Licht malen. Je nach Einfall des Sonnenlichtes, entsteht mit Glaskunst eine ganz andere Stimmung im Raum“, sagt Marko Šimecki, Mitglied der Geschäftsleitung und Produktionsleiter. Die Taunussteiner Glasstudios-Manufaktur schafft einzigartige Kunstwerke. Neben der Arbeit für sakrale Bauten und der Restaurierung von historischen Verglasungen setzen die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auch Entwürfe von nationalen und internationalen Künstlerinnen und Künstlern um. Dafür werden Verfahren wie Siebdruck, Verbleien, Airbrush, Ätzung und Glasmalerei miteinander verbunden. In acht Brennöfen können Gläser bis zu einer Größe von 3,20 mal 6,20 Metern gebrannt werden. So entstand 2024 in den Glasstudios die beeindruckende Glasfassade für eine neue Krankenhauskapelle in Elizabethtown, Kentucky, nach dem Entwurf des amerikanischen Künstlers Guy Kemper. Das Werk, vier Meter breit und 2,8 Meter hoch, wurde aus mundgeblasenen Lamberts®-Gläsern aus der Oberpfalz gefertigt. Von der Dorfkirche in Altjeßnitz in Sachsen-Anhalt bis zum Museum of History in Texas reicht die Derix-Werkschau. Um die Wünsche der Künstler umzusetzen, erforscht und entwickelt das Unternehmen immer auch neue Techniken, so Šimecki.



Um möglichst innovatives Glas-Design zu entwickeln, testen die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter immer neue Techniken aus.

Ich will ein Produkt erschaffen, das elegant, hochwertig und zeitlos ist. //

Sich ständig neu zu orientieren und weiterzuentwickeln, gehört auch für die Frankfurter Keramikerin Viola Beuscher zur Berufsbeschreibung. Bei der Gestaltung ihrer Töpferkunst orientiert sich die 33-Jährige an den Impulsen der Menschen, die ihre Keramiken am Ende nutzen. „Wir haben etwa sieben Gastronomien, die unsere Bestandskunden sind. Mit den Köchinnen und Köchen experimentiere ich sehr viel. Sie haben eine ganz klare Vorstellung von den Keramiken, bei der es weniger um die Form, sondern die Funktion und Anrichte der Gerichte geht. Dabei sind schon Arbeiten entstanden, die mir viel bedeuten, weil sie immer auch Teil der Geschichte mit diesem einen Menschen sind.“ Ihre Produkte sollen Geschichten erzählen, bestimmte Werte vermitteln und außerdem am Puls der Zeit sein. Die Keramiken von Beuscher sind einerseits zeitlose Klassiker, tragen aber dennoch ihre ganz eigene Handschrift. Sie sind genauso einprägsam wie dezent und vertragen sich so auch bestens mit anderen Gegenständen. Beuscher arbeitet vor allem mit Naturtönen, „weil ich einfach ein Produkt erschaffen will, das elegant ist, hochwertig und zeitlos. In das man einmal investiert und das dann bleibt.“

Ihren ersten Kontakt mit dem Töpfern hatte Beuscher bei einer Ergotherapie. Was als Zeitvertreib startete, wurde zur Leidenschaft. Sie bekam eine Töpferscheibe geschenkt und fertigte erste Einzelstücke zum Verkauf an. Der Erfolg ermutigte sie, und sie begann, ganze Kollektionen zu töpfern. Mit Mitte zwanzig gründete sie schließlich ihr Keramikstudio. Seitdem sind Verantwortung, Team und Auftragslage stetig gewachsen. Mittlerweile hat sie zehn Mitarbeitende. In ihrem Frankfurter Studio verarbeiten sie monatlich etwa eine Tonne Ton aus dem Westerwald. Die Corona-Zeit, sagt sie, habe ihrem Onlineshop schließlich so viel Auftrieb gegeben, dass er heute eine der tragenden Säulen ihres Betriebes sei. Aber auch die Töpferkurse, die sie anbietet, sind heiß begehrt. Beuscher liebt ihre Arbeit – und das sieht man ihren Keramiken auch an. //



Viola Beuscher arbeitet vor allem mit Naturtönen.



WO GUTE FORMEN ZU HAUSE SIND

Zwischen Hightech-Labors, mittelalterlichen Stadtkernen und internationalen Messehallen hat FrankfurtRheinMain eine Identität als Kreativraum entwickelt, in dem herausragendes Design die Wirtschaft prägt. Hier entstehen **weltbekannte Produkte** – von Rasierern über Kameras und Möbel bis zu architektonischen Meisterstücken.

VON WOLF ZINN

Design in der Region FrankfurtRheinMain ist selten laut, dafür umso durchdachter und nachhaltiger. Es beruht auf einer Haltung, die Funktion und Ästhetik miteinander versöhnt und damit Generationen von Gestaltern beeinflusst. Dass dies kein kurzlebiger Trend ist, zeigt ein Blick auf die Marken und Macher zwischen Taunus, Odenwald und dem westlichen Spessart.





Nahe der Alten Oper in Frankfurt erstreckt sich das Skulpturenensemble „Welle“. Entworfen vom Frankfurter Architekturbüro schneider+schumacher, realisiert von der Arnold AG.

ARCHITEKTUR IM DETAIL: GLASBAU HAHN UND ARNOLD AG

Design in FrankfurtRheinMain bedeutet längst nicht nur Produktgestaltung, sondern zeigt sich auch in Bauten und Materialien. Das Frankfurter Traditionsunternehmen Glasbau Hahn ist Spezialist für gläserne Präsentations- und Baukultur. Es fertigt Museumsvitrinen – vom frei stehenden Exponat bis zur Glaswand – und betreibt eine moderne Glaserei für Konstruktionen von Glastüren, Glastreppen und lichtdurchfluteten Innenwänden. Darüber hinaus berät Glasbau Hahn weltweit Museen zu Klima-, Licht- und Sicherheitslösungen für Ausstellungsräume. „Wir verstehen Glas nicht nur als Material, sondern als Medium, das Räume prägt“, sagt Geschäftsführer Ottmar Ernst.

Die Arnold AG aus Friedrichsdorf schließlich steht zum einen für hochautomatisierte Industriefertigung und zum anderen für kunstvolle Metallverarbeitung. Das Unternehmen beliefert nicht nur große Maschinenbauer mit hochkomplexen Baugruppen. Es baut auch Relings sowie Designteile für Yachten und realisiert weltweit Skulpturen und Kunstprojekte – immer mit Blick auf präzise Verarbeitung und ästhetische Wirkung. Dabei arbeiten die Techniker Hand in Hand mit weltbekannten Künstlern, Architektinnen, Bildhauern und Designerinnen zusammen, um spezielle Formen zu verwirklichen – etwa Jeff Koons, Anish Kapoor, Pae White, Olafur Eliasson oder Sol LeWitt.

Glasbau Hahn entwickelt und baut unter anderem Vitrinen für Museen – hier im Oman Across Ages Museum.



Gutes Design ist so wenig Design wie möglich. //



Dieter Rams designte für Braun unter anderem Hi-Fi-Geräte.

BRAUN: DAS PRINZIP „WENIGER IST MEHR“

Frankfurt in den Fünfzigerjahren: Die Stadt erholt sich von den Folgen des Zweiten Weltkrieges, die Wirtschaft springt wieder an. Und mittendrin revolutioniert ein mittelständisches Unternehmen das Alltagsleben – gegründet 1921 von Max Braun in Frankfurt-Bockenheim, heute in Kronberg zu Hause. Braun verbindet erstmals modernes Design mit Industrieproduktion.

Maßgeblich geprägt von Dieter Rams, Jahrgang 1932, der später zur lebenden Legende wurde, entstanden ab den 1950er-Jahren Produkte, die Funktionalität, technische Innovation und eine klare Ästhetik miteinander vereinten. Rasierer, Radios, Plattenspieler – Braun-Geräte avancierten zum Symbol einer neuen, selbstbewussten Konsumkultur in Deutschland. Rams formulierte seine Philosophie einmal so: „Gutes Design ist so wenig Design wie möglich.“ Dieses Leitbild beeinflusste weltweit Generationen von Gestaltern – etwa den Apple-Chefdesigner Jonathan Ive – und wirkt bis heute nach. Wer sich ein eigenes Bild machen möchte: Am Firmensitz Kronberg im Taunus informiert Braun mit einer Dauerausstellung über die Unternehmensentwicklung in Technik und Design.



Andreas Kaufmann, Aufsichtsratschef der Wetzlarer Traditionsfirma Leica.

LEICA: DER BLICK FÜRS WESENTLICHE

Etwa 70 Kilometer nördlich, in Wetzlar, steht eine andere Ikone deutscher Gestaltung: Leica. Kaum eine Marke hat das Sehen und Festhalten von Momenten so geprägt wie die Kameras aus Mittelhessen. Schon 1914 entstand hier die erste Kleinbildkamera, mit deren kompakter Bauweise eine neue Ära der Fotografie begann. Leica wurde zum bevorzugten Werkzeug vieler großer Fotografinnen und Fotografen – und schuf eine Bildsprache, die das 20. Jahrhundert prägte.

„Die Leica ist ein Teil von mir geworden, so wie meine Hand“, beschrieb der berühmte französische Fotograf Henri Cartier-Bresson einst sein Lieblingswerkzeug. Auch heute noch wird im Leitz-Park in Wetzlar entwickelt und montiert, was Fotografen weltweit überzeugt: Präzision ohne überflüssige Showeffekte. Das Ernst Leitz Museum bietet zudem Wechselausstellungen herausragender Fotografie und zur Historie von Leica.

Wir wollen Möbel schaffen, die im Raum wirken dürfen, ohne laut zu sein. //

E15: HOLZ IN SEINER EHRlichSTEN FORM

In Frankfurt zeigt e15, wie Möbel zu Statements werden können. Seit den 1990ern steht die Marke für radikale Materialehrlichkeit, mit Entwürfen wie dem Massivholztisch „Bigfoot“, der mit seinen wuchtigen Beinen wie ein archaisches Monument wirkt. Auch puristische Stühle, Betten und Regale zählen zum Programm, die allesamt für kompromisslose Klarheit und handwerkliche Solidität stehen. Der Designer Philipp Mainzer, Mitgründer von e15, erklärt dazu: „Wir wollen Möbel schaffen, die im Raum wirken dürfen, ohne laut zu sein.“ Diese Haltung spiegelt einen Trend zur bewussten Reduktion und Langlebigkeit wider.



Der von Philipp Mainzer vor über 30 Jahren entworfene Tisch „Bigfoot“.



Mit seinen Spezialuhren hat sich Sinn auch international einen Namen gemacht. Botta (r.) setzt bei seinen Uhren auf ein radikal vereinfachtes Design.

ZEITMESSER MIT CHARAKTER: SINN UND BOTTA

FrankfurtRheinMain ist zeitbewusst, ohne modische Zwänge: Sinn Spezialuhren aus Frankfurt, gegründet 1961, entwickelt robuste Instrumentenuhren, die bis heute bei Piloten und Tauchern gefragt sind. Statt Modeuhren zu bauen, setzt Sinn auf Lesbarkeit, Zuverlässigkeit und ein unprätentiöses Äußeres – und hat sich damit international einen Namen gemacht.

Sein ganz eigenes Motto verfolgt Klaus Botta in seinem Atelier in Königstein: „Einfachheit ist der wahre Luxus unserer Zeit“. Botta entwickelte die Einzeigeruhr neu, inspiriert von historischen Turmuhren. Die Zeit wird dabei radikal vereinfacht dargestellt, was den Uhrenträger zum bewussteren Umgang mit ihr einlädt. Bottas klar gestaltete Modelle, im Geiste des Bauhauses gedacht, sollen einen Ruhepol bilden – in einer Welt voller digitaler Reize.

Germany's
best place?
Find it in FRM!

Alle wichtigen Informationen
zum Leben und Arbeiten
in FrankfurtRheinMain auf
einen Klick!

Regionalverband
FrankfurtRheinMain



www.find-it-in-frm.de

www.facebook.com/finditinfrm

www.instagram.com/finditinfrm

FRANKFURTER STUHL

Ein Stuhl ist ein Stuhl ist ein Stuhl – besser lässt sich der Frankfurter Stuhl nicht beschreiben. Er wurde in den Dreißigerjahren des vorigen Jahrhunderts von Max Stöckler entworfen – weniger dem Leitsatz „form follows function“ verpflichtet, als mit dem Ziel der möglichst einfachen Produktion eines maximal stabilen Stuhls. In den 1950er-Jahren stand er überall in deutschen Behörden, wie heute noch in Küchen, Essecken, Restaurants. Schlicht, einfach, zurückhaltend, unauffällig: die Essenz eines Stuhls eben.



© STÖCKLER GmbH

ZEITLOSE IKONEN



© AdobeStock

BEMBEL UND GERIPPTES

Apfelwein ist ein sehr spezielles Getränk, das nach besonderen Gefäßen verlangt. Ausgeschenkt wird er aus einem Bembel, der blau bemalten Kreuzung eines Kruges mit einer Kanne. Von Ersterem erbt er die bauchige Form, von Letzterer den schlanken Hals und Ausguss. Getrunken wird der saure Apfelwein aus dem Gerippten, wie das Glas seiner Oberfläche wegen heißt. Bembel und Geripptes erblickten gegen Ende des 19. Jahrhunderts das Licht der Apfelweinschenken, die Wurzeln ihres Designs aber liegen im Dunkeln. Die gerippte Oberfläche des Glases soll, so heißt es, den Inhalt funkeln lassen. Vielleicht geht es aber nur darum, dem fröhlichen Zecher einen sicheren Griff zu erleichtern.

FRANKFURT LEUCHTE NO. 1

Die Frankfurt Leuchte No. 1 macht Licht, ja, aber sie ist auch eine Erinnerung an die große Zeit des klaren Designs, eine Hommage an ihren Schöpfer, eine Verbeugung vor besonderem Handwerk. Christian Dell, ein Bauhaus-Gestalter und -Handwerker, schuf sie in den 1920er-Jahren im Rahmen des Programms „Neues Frankfurt“ von Bürgermeister Ludwig Landmann und dem Architekten und Stadtplaner Ernst May. Sie setzte konsequent das damalige planerische Konzept von Stabilität, Eleganz und Zweckmäßigkeit um – und sie blendet nicht. 100 Exemplare dieser Hommage-Leuchte wurden zur Feier von 100 Jahre Neues Frankfurt nun neu gefertigt.



© Frankfurt Leuchte No. 1



© AdobeStock

OHROPAX

Function dictates form – für die Ohrstöpsel von Ohropax gilt das allemal. Denn: Was nicht passt, das funktioniert auch nicht. Die „Erfinder der Ruhe“ aus Wehrheim im Taunus bewahren nun schon in dritter Generation die Menschen seit 1908 vor Lärm mithilfe kleiner Wachs-, Schaumstoff- oder Silikonstöpsel für die Ohren. Es gibt sie inzwischen in vielerlei Farben und mit unterschiedlichen Filtern. Allen gemeinsam ist: Sie passen.

STRAUSS

Arbeitshosen, -jacken, -schuhe – was hat das mit Design zu tun? Die Antwort findet sich im Katalog von Strauss aus Biebergemünd. Der weltweite Erfolg der Marke gründet auf der Synthese von Qualität, Sicherheit und mal schlichtem, dann wieder auffälliger, aber immer funktionalem Design. Eine Erfolgsstory, die klein anfang. Der Urgroßvater reiste durchs Land und verkaufte Besen und Bürsten, der Großvater stellte auf Versandhandel um, der Vater erweiterte das Sortiment, die Söhne brachten Lifestyle in die Arbeitswelt, dazu ökologische und soziale Verantwortung.



© Strauss Deutschland

ZUKUNFT BRAUCHT ORTE, AN DENEN SIE WACHSEN DARF

Wer gestalten will, braucht Raum. In FrankfurtRheinMain entstehen gerade **Zukunftsorte**, die mehr sind als Architektur: Sie sind Labore für Ideen, Katalysatoren für Innovation und Heimat für die, die unsere Zukunft neu denken wollen.

VON CHRISTINA DIER (TEXT) UND JONAS RATERMANN (FOTOS)

Rote Klinkersteine, hohe Fenster, im Innenhof ein alter Wasserturm: Der Bertramshof im Frankfurter Nordend strahlt Industriecharme aus – und das mitten in der Großstadt. Wo vor Kurzem noch der Hessische Rundfunk seine Büros hatte, entsteht nun ein Ort für Zukunftsideen. „Dieser ganze Gebäudeteil hier“, sagt Melissa Ott und zeigt auf den Ostflügel des Ensembles, „ist der neue Startup Space von Futury.“ Als Managing Director hat Ott die Entwicklung von Futury in den vergangenen Jahren vorangetrieben und ist stolz auf das, was sich jetzt entwickelt: „Mit dem Bertramshof schaffen wir auf 2.000 Quadratmetern eine Art Hei-

mathafen. Hier sollen junge Gründer mit Investoren und Partnern aus der Industrie zusammenkommen, um ihre Ideen über die Marktreife bis zur Skalierung weiterzuentwickeln.“ Getragen wird die Innovationsplattform Futury von einer Allianz aus zahlreichen Partnern aus Unternehmen und Stiftungen sowie vier Hochschulen, der Frankfurt School of Finance & Management, der Goethe-Universität Frankfurt, der Johannes Gutenberg-Universität Mainz und der TU Darmstadt. Gemeinsam haben sie eine Vision: 1.000 neue Start-ups bis 2030, mit besonderem Fokus auf Ausgründungen aus der Wissenschaft.



Start-up-Flair im Backsteinbau:
Im historischen Bertramshof
in Frankfurt entsteht ein Ort für
junge Gründer.

Rückenwind für dieses ehrgeizige Vorhaben kommt aus Berlin. Im Rahmen des EXIST-Leuchtturmwettbewerbs Startup Factories wurde Futury Mitte 2025 als eine von bundesweit zehn geförder-ten Initiativen ausgezeichnet. Somit fließen in den nächsten fünf Jahren bis zu zehn Millionen Euro vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie nach FrankfurtRheinMain, weitere zehn Millionen Euro hat Futury privat eingeworben.

Mit dieser Förderung kann Futury seine Programme weiter ausbauen: von der Frühförderung an den Hochschulen über den Zugang zu Industriepartnern bis hin zur finanziellen Unterstüt-zung. Mit dem Futury Fund III von Futury Capital steht Wagniska-pital mit einem Zielvolumen von 40 Millionen Euro zur Verfügung. „Wir wollen Gründung zu einer selbstverständlichen Karriere-möglichkeit für Forschende und Studierende machen“, betont Melissa Ott. „Mit den besten Bedingungen am neuen Standort im Bertramshof sowie Partnern und Experten, die Start-ups von der Idee bis zur Skalierung unterstützen.“

Die Vision: 1.000 neue Start-ups bis 2030. //

Dabei geht es nicht nur um Zahlen. Melissa Ott denkt weiter: „Ich hätte gerne mehr Leuchtturm-Start-ups, die für Frankfur-tRheinMain stehen. So wie man Flixbus mit München verbindet, so brauchen wir ein Start-up für unsere Region. Man könnte auch sagen: ein zweites BioNTech.“

Dass es in FrankfurtRheinMain nicht an Ideen mangelt, zei-gen die rund 120 Start-ups, die Futury in den vergangenen Jahren begleitet hat. Eines davon ist SportsRouting, gegründet 2024 von Lennard Carlstaedt, Julian Jungnitz, Damian Heil und Vincent Beinbauer. Die vier verbindet eine langjährige Freundschaft, zum Teil kennen sie sich noch aus dem Kindergarten. Die Idee zu Sports-Routing entstand während eines IT-Praktikums am Fachbereich Wirtschaftswissenschaften der TU Darmstadt, das die Studenten

beim SV Darmstadt 98 absolvierten. Das Ergebnis: eine Software, die das Scouting im Fußball effizienter macht. „Unser Tool basiert auf mathematischen Optimierungsalgorithmen und be-rücksichtigt den Umstand, dass Scouts nur zu festen Zeiten an fes-ten Orten Fußballspieler beobachten können. Dank des Tools kön-nen sie Zeit sparen, Kosten senken, CO₂-Emissionen verringern und mehr Talente möglichst früh live sichten“, erläutert Lennard Carlstaedt. Das junge Unternehmen entwickelt die Software konti-nuierlich weiter: Eine Integration von Live-Verletzungsdaten und kostenoptimierten Flugoptionen wurde bereits umgesetzt, weitere Features sind in Planung. Kürzlich konnte SportsRouting einen ers-ten großen Erfolg verbuchen: Mit dem Bundesligisten SV Werder Bremen hat das Start-up eine Entwicklungskooperation vereinbart. Zwar wird SportsRouting selbst erst mal nicht in den Startup Space im Bertramshof einziehen, aber die Gründer wissen um die Vorteile der Innovationsplattform. „Besonders vorangebracht hat uns der Zugang zu Know-how und einem Expertennetzwerk, ins-besondere aus der Industrie, das sich durch die sechswöchige Pro-duct School von Futury entwickelt hat. Wir werden sicher auch künftig eng mit dem Team in Kontakt bleiben“, so Carlstaedt. Für ihn und seine Mitgründer steht fest: Die Entscheidung für die Gründung war richtig. „Es ist toll, ein eigenes Unternehmen zu führen, viele neue Leute kennenzulernen und Teil einer wachsen-den Start-up-Community zu sein.“

Während im Bertramshof Start-ups aus unterschiedlichen Branchen ihre ersten Schritte machen, konzentriert sich die AI Factory FrankfurtRheinMain auf den nächsten Technologie-sprung: die Entwicklung und Anwendung Künstlicher Intelligenz (KI). Dafür haben sich verschiedene Projektpartner zusammenge-funden, darunter die Wirtschaftsinitiative FrankfurtRheinMain, die Projektgesellschaft AI Factory Management und der Chip-Produzent NVIDIA. Der KI-Infrastrukturentwickler Polarise wird in den Bau und Betrieb der neuen AI Factory investieren.

Wer sich nun aber eine „Factory“ im klassischen Sinne vor-stellt, liegt falsch: Es entsteht kein neuer Bau, sondern die benö-tigten Hard- und Softwarekomponenten werden in bestehende Gebäude in der Frankfurter Innenstadt eingebaut. Von außen be-trachtet wird sich im Frankfurter Stadtbild also nichts verän-dern – für die Unternehmen und Start-ups der Region ist dieses Projekt dennoch wegweisend.



Klare Mission: Für Melissa Ott, Managing Director von Futury, soll Gründen zu einer echten Karriere-alternative werden.



Gründen aus Leidenschaft: Lennard Carlstaedt (r.) und Vincent Beinbauer setzen mit ihrem Start-up auf datengetriebenes Scouting im Fußball.

AUF EINEN BLICK: Neuer Startup Space von Futury

Fokus

Start-ups aus allen Branchen können den Startup Space nutzen; Futury selbst fokussiert sich auf die Cluster Lifescience & Healthcare, Aviation & Space, Banking & Finance, Data & KI sowie Deep Tech & Green Tech



Lage

Im Bertramshof, Frankfurter Nordend (Am Steinernen Stock 1)

Meilensteine

Grand Opening erfolgte im August 2025

Neue Programme für Studierende, Forschende und Start-ups ab Herbst 2025

Ausbau des Netzwerkes und gezielte Clusterentwicklung bis 2030

2.000 m²

Büro-, Co-Working- und Event-Fläche, Platz für bis zu 150 Arbeits-plätze mit enger Anbindung an die Futury-Start-up-Community

Gerade für viele kleine und mittlere Unternehmen war der Zugang zu leistungsstarken Rechenkapazitäten bisher mit hohen Kosten und Sicherheitsbedenken verbunden. Die neue AI Factory setzt auf einen europäischen Ansatz und bietet Unternehmen – vor allem aus regulierten Branchen wie Finanzen, Mobilität und Gesundheitswesen – eine sichere, leistungsfähige Infrastruktur. „Die souveräne AI Factory bringt Hochleistungs-KI-Technologie mit regulatorischen und ethischen Standards in Einklang. Dies ist ein strategischer Shift, wie wir in Europa mit KI und unseren eigenen Daten verantwortungsvoll umgehen“, sagt Michel Boutouil, CEO von Polarise.

Nicht zuletzt soll das Leuchtturmprojekt auch FrankfurtRheinMain als Standort für KI-Start-ups weiter stärken – ein Vorhaben, das auch von Initiativen wie dem Frankfurter AI Hub begrüßt wird, der sich seit Jahren für eine starke KI-Community in der Region einsetzt.

Vor zwei Jahren gab es die ersten Gespräche zur AI Factory, nun wird sie Realität. Bei einem Projekt wie diesem sei der Faktor Schnelligkeit besonders wichtig, erklärt Jörg Schaub, Geschäftsführer der Wirtschaftsinitiative FrankfurtRheinMain: „Die Unternehmen brauchen jetzt Lösungen für eine sichere und souveräne KI-Infrastruktur. Daher setzen wir mit der AI Factory Frank-

furtRheinMain im ersten Schritt auf die kurzfristige Verfügbarkeit und können dann entsprechend der Nachfrage schnell skalieren.“ Dass Frankfurt in Sachen KI nun so entschlossen Tempo macht, dürfte der gesamten Region neue Impulse geben.

Nur rund zehn Kilometer von der Frankfurter Innenstadt mit ihrer AI Factory entfernt, setzt man im Stadtteil Riedberg auf ein anderes Zukunftsfeld: die Biotechnologie. Das Frankfurter Innovationszentrum Biotechnologie (FiZ) bietet jungen Unternehmen schon seit 2004 das, was sie brauchen, um den Sprung von der Forschung in die industrielle Anwendung zu schaffen: moderne Infrastruktur, Labor- und Büroflächen auf 23.000 Quadratmetern und Platz für rund 800 spezialisierte Arbeitsplätze.

Großes im Bereich Biotechnologie hat auch die Stadt Mainz vor. In unmittelbarer Nähe zur Johannes Gutenberg-Universität entsteht derzeit der Life Science Campus. Dass die rheinland-pfälzische Landeshauptstadt das Wachstum der Biotechnologie-Branche besonders fördern will, kommt nicht von ungefähr: Der weltweit beachtete Durchbruch des Mainzer Unternehmens BioNTech im Bereich des mRNA-Impfstoffs strahlt auf die ganze Stadt aus. „Die großen Herausforderungen im Gesundheitswesen, bei Pandemievorsorge, personalisierter Medizin oder auch der industriellen Biotechnologie werden uns über



Das „Lab 1“ bietet auf 3.000 Quadratmetern Platz für innovative Forschung. Es ist das erste Gebäude des geplanten Life Science Campus in Mainz.

AUF EINEN BLICK:
AI Factory FrankfurtRheinMain

Fokus

Souveräne State-of-the-Art-Infrastruktur für KI-Anwendungen aller Art

Meilensteine

Inbetriebnahme der AI Factory im Herbst/Winter 2025, ergänzt durch Workshops und Beratung

Einbindung von interessierten Unternehmen aus den Clustern Banken/Finanzwirtschaft, Logistik/Mobilität, Pharma/Healthcare; weitere Unternehmen willkommen



Lage

Frankfurter Innenstadt, in bestehenden Gebäuden, ohne Neubau



Start an einem ersten Kernstandort mitsamt allen Hard- und Softwarebausteinen, schrittweiser Ausbau der Kapazitäten an weiteren, größeren Standorten in FrankfurtRheinMain

Jahrzehnte beschäftigen. Der Beitrag von BioNTech zur Bekämpfung der Covid-Pandemie hat gezeigt, wie relevant eine vorausschauende Standortentwicklung ist“, bestätigt Felix Wälder, Geschäftsführer der biomindz Standortentwicklungsgesellschaft Mainz mbH.

Noch braucht es zwar etwas Fantasie, um sich die rund zwölf Hektar Fläche als fertig bebauten Life Science Campus vorzustellen, aber der erste Schritt ist getan: Das „Lab 1“ mit 3.000 Quadratmetern Labor- und Büroflächen ist fertiggestellt, die ersten Nutzer sind eingezogen. Im Inneren des Gebäudes finden sie neue Labore vor, zum Beispiel zur Zell- und Hefekultivierung, zur Klonierung und für die Mikroskopie. Auch von außen entspricht das „Lab 1“ einem Zukunftsort: Die Fassadenkonstruktion aus Holz und recyceltem Beton folgt dem Cradle-to-Cradle-Prinzip, die Materialien können also nach der ursprünglichen Nutzung weiterverwendet werden. Außerdem trägt ein Regenrückhaltesystem auf dem Dach zur passiven Kühlung des Gebäudes bei, während die Photovoltaikanlagen an der Fassade Strom erzeugen.

Um erfolgreich forschen zu können, braucht es aber neben der baulichen Ausstattung noch viel mehr, stellt Felix Wälder von biomindz fest: „Wir merken deutlich, dass Aspekte wie Nähe zu Forschungspartnern, wissenschaftliches Know-how und der Zugang zu Fachkräften eine große Rolle spielen. Wer sich heute ansiedelt, denkt nicht in Quadratmetern, sondern in funktionierenden Netzwerken.“

Ein ebensolches Netzwerk verspricht sich das Biotech-Start-up LigniLabs, das zum 1. Juli 2025 rund 480 Quadratmeter im „Lab 1“ bezogen hat. Am neuen Standort auf dem Life Science Campus will sich LigniLabs – eine Ausgründung aus dem Mainzer Max-Planck-Institut für Polymerforschung – mit seinen zukünftigen Nachbarn eng vernetzen. „Davon erhoffen wir uns nicht nur gute Kontakte, sondern auch Kundenaufträge oder gemeinsame Forschungsanträge“, sagt Dr. Justin Grabow, Mitgründer und Managing Director von LigniLabs.

Die Entscheidung für den Life Science Campus als Standort fiel Justin Grabow und seinem Team nicht schwer: „Die Nähe



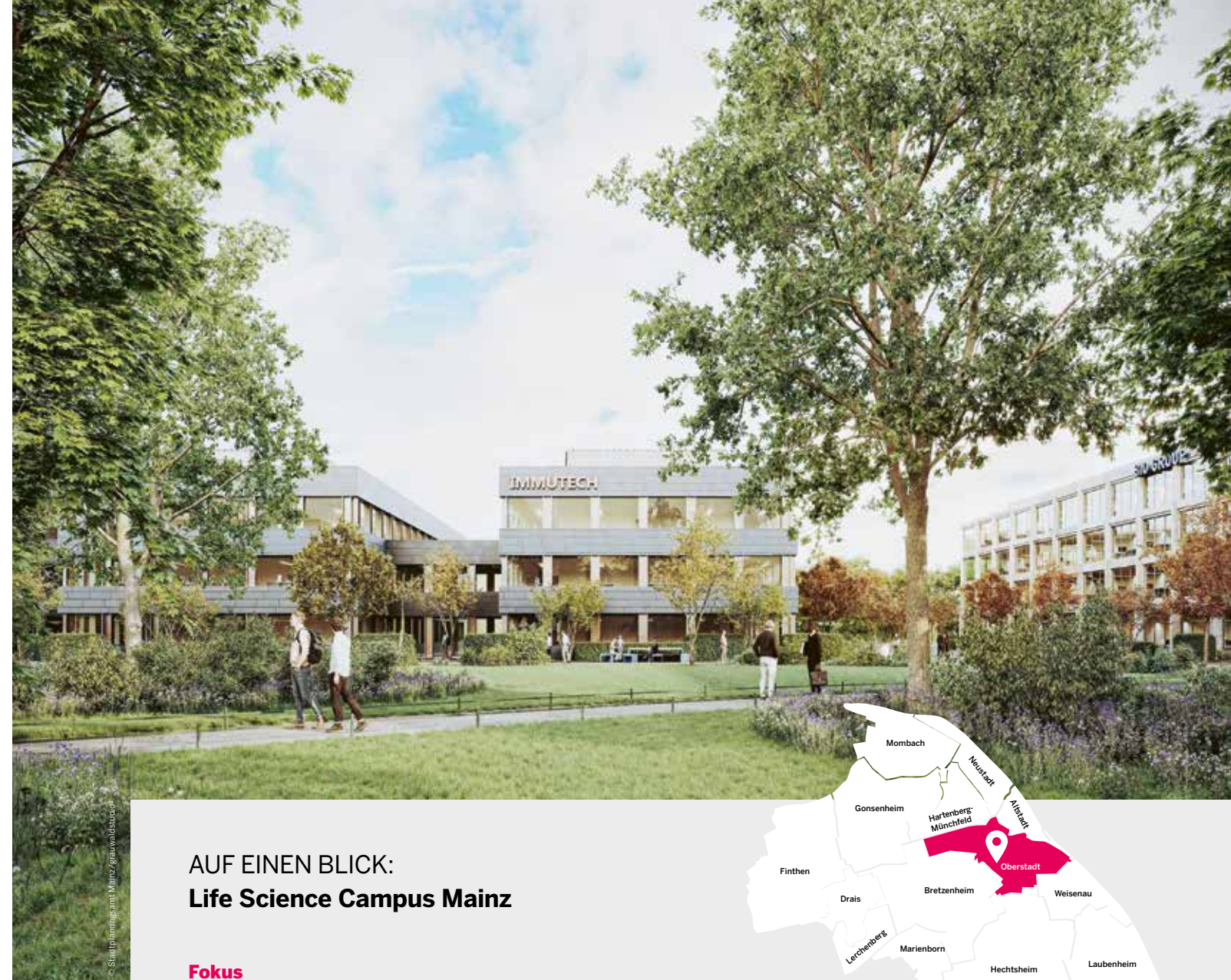
Forschung mit Anschluss: Für Felix Wälder von biomindz ist der Life Science Campus ein Ort, an dem Wissen, Talente und Anwendung zusammenfinden.

zum Max-Planck-Institut für Polymerforschung ist nicht nur praktisch, um bestimmte Messungen in Laufweite am Institut durchführen zu können, sondern auch um Zugang zum Talentpool des Instituts und weiterer Forschungseinrichtungen zu haben.“ Auch die nachhaltige Bauweise des Gebäudes und die dadurch recht niedrigen Energiekosten haben bei der Entscheidung eine Rolle gespielt. „Wir möchten mit unserer Technologie die Welt ein Stück weit zum Positiven verändern, und das soll sich in unserem Handeln auf allen Ebenen wie auch unserer Gebäudewahl widerspiegeln“, so Grabow.

Pünktlich zum Einzug in das „Lab 1“ kann sich LigniLabs über einen finanziellen Anshub freuen: Das Start-up erhält von der Bundesagentur für Sprunginnovationen (SPRIN-D) einen Gründungszuschuss von etwa einer Million Euro. Für das Start-up, das eine Plattformtechnologie für die biobasierte Mikro- und Nanoverkapselung auf Basis von Lignin entwickelt hat, spielt die Förderung eine wichtige Rolle bei der künftigen Ausrichtung: „Wir wollen die fossile Verkapselungstechnologie ersetzen, Wegbereiter für die zielgerichtete Pflanzenmedizin durch die Herstellung von ‚Pflanzenimpfungen‘ sein und viele weitere Branchen wie etwa die Baubranche durch biobasierte flammhemmende Formulierungen verändern“, erläutert Grabow die Ziele.

Die nächsten Schritte bei LigniLabs sind klar – doch welche Vision existiert für den Life Science Campus als Zukunftsort insgesamt? „Wir denken den Campus nicht als abgeschlossenes Bauprojekt, sondern als Raum für Innovation und wachsende Wissenslandschaft. Wenn wir es schaffen, hier dauerhaft ein Umfeld zu etablieren, das Talente bindet, Gründungen ermöglicht und den Transfer in die Anwendung erleichtert, dann erfüllt der Life Science Campus seinen Anspruch“, resümiert Felix Wälder.

Wer sich heute ansiedelt, denkt nicht in Quadratmetern, sondern in funktionierenden Netzwerken. //



AUF EINEN BLICK: Life Science Campus Mainz

Fokus

Biotechnologie und Life Science sowie hochschulnahes Gewerbe

Erstes Bauprojekt: „Lab 1“ mit rund 3.000 m² Labor- und Bürofläche ist fertiggestellt

Erste Nutzer:

- Lifecare
- LigniLabs
- TRON Translational Oncology Mainz

Meilensteine

„Lab 2“ – Labor- und Bürogebäude mit rund 9.000 m², geplante Fertigstellung bis Ende 2026

Lage

In direkter Nachbarschaft zum Campus der Johannes Gutenberg-Universität Mainz

Größe:

Rund 12 Hektar

„Plus Ultra Mainz“ – Labor- und Bürogebäude mit rund 19.000 m², geplante Fertigstellung bis Ende 2027; künftiger Standort für das Life Science Zentrum Mainz

ZWISCHEN SKIZZE UND START-UP

Mode mit architektonischen Elementen, nachhaltige Pizzaverpackungen oder Inlineskates – an den Designhochschulen in FrankfurtRheinMain entstehen Ideen, die Gestaltung und Unternehmertum verbinden. Der Besuch in **drei der Talentschmieden** zeigt: Der Nachwuchs arbeitet mit Begeisterung an kreativen Lösungen für die Zukunft.

VON CHRISTINA PFÄNDER (TEXT) UND JONAS RATERMANN (FOTOS)

Ein schwarzes Cape fällt über eine Uniform, schwere Knöpfe glänzen matt im Licht des Ateliers. Versteckte Taschen, klare Linien und Schnitte. Das Outfit, das Luca Keil im dritten Semester Modedesign an der Akademie Mode & Design (AMD) in Wiesbaden entworfen hat, ist mehr als ein Kleidungsstück: Es erzählt von Nathalie „Lily“ Sergueiew, die als Doppelagentin die Landung der Alliierten im Zweiten Weltkrieg mit beeinflusste. „Der Look verarbeitet die Dualität von Tarnung und offiziellem Auftritt“, erklärt Keil.

Das Experimentieren mit Stoff, Form und Bedeutung spiegelt sich auch im Studienalltag an der AMD Wiesbaden wider. In den Räumen liegen Skizzenblätter neben Proben, Nähmaschinen surren neben aufgeklappten Laptops. Zwar gehören digitale Tools längst zum Studium – doch die meisten Studierenden zieht es ans Material. Sie drapieren, schneiden, testen. „Virtuelle Werkzeuge wie Avatare oder digitale Shows spielen noch eine untergeordnete Rolle, aber sie werden kommen“, sagt Studien-dekanin Professorin Ilona Kötter. Was sie bei den Studierenden

Luca Keil studiert Modedesign an der Akademie Mode & Design (AMD) in Wiesbaden.





Studiendekanin Ilona Kötter (r.) beobachtet bei ihren Studierenden die Freude an Farbe und Glanz als Kontrast zu den Krisen der Gegenwart.

vor allem beobachtet: Freude an Farben, Glanz, Details – als Kontrast zu den Krisen der Gegenwart. „Sie wollen Gegenwelten schaffen, die Hoffnung vermitteln.“

Dieser Anspruch zeigt sich nicht nur in der Mode, sondern auch in interdisziplinären Projekten. So entwickeln Interiordesign-Studierende etwa in Kooperation mit dem Wiesbadener Unternehmen HEICO Investment Management Konzepte, um Fachmarktzentren in lebendige Orte und Treffpunkte zu verwandeln – mit Kitas, Fitnessstudios, Streetfood und gestalteten Fassaden.

Wie sich Raum und Körper durch Gestaltung gegenseitig beeinflussen, zeigt sich exemplarisch in der Bachelorarbeit von Nola Jänisch und Nikolas Kraft. Auf einer Kleiderstange hängt eines der zentralen Stücke ihrer Abschlusskollektion an der AMD: ein luftiger Seidenstoff, weich und fließend, befestigt am metallenen Untergestell eines Stuhls. Ihre Entwürfe denken Kleidung architektonisch: „Uns hat ein Essay des US-Designers George Nelson inspiriert“, sagt Kraft. „Er beschreibt die un-

sichtbaren Räume unter Möbeln, Zwischenräume, die zwar da sind, aber oft übersehen werden.“ Manche ihrer Kleidungsstücke wirken wie kleine begehbare Skulpturen, andere deuten das Unsichtbare nur an: Futterstoffe, Träger, Innenräume treten nach außen. Für Jänisch steht fest: Mode muss tragbar, langlebig und sinnstiftend sein. „Zudem sollte man sich als Designerin darüber bewusst sein, was Kleidung psychologisch mit Menschen macht.“

AMD-Absolventin Giuliana Schmidt hat bereits den Sprung von der Hochschule zur eigenen Marke geschafft. Die Stoffe sind oft bunt, die Silhouetten verspielt, aufgesetzte Blüten setzen Akzente. Diversität ist für sie kein Trend, sondern Grundsatz: Schmidt entwirft Outfits für verschiedene Körpertypen, Altersgruppen und Geschlechter. Auch das Modelcasting ist vielfältig – petite, curvy, groß, klein. „Ich will, dass sich jede Person in meiner Kleidung wiederfinden kann.“ Inzwischen zeigt sie ihre Kollektionen auf Modenschauen und in der „Vogue“, zudem stellt sie Stücke für TV-Produktionen bereit.

Als Designerin sollte man sich bewusst sein, was Kleidung psychologisch mit Menschen macht. //

Auch an der Hochschule Darmstadt entstehen zukunftsweisende Entwürfe. Auf einem Werkstatttisch des Fachbereichs Gestaltung liegt ein Inlineskate – allerdings keiner, wie man ihn kennt. Statt aus einem Guss besteht er aus Einzelteilen, die sichtbar verschraubt und gesteckt sind. Selbst Materialien wie biobasierter Kunststoff oder recyceltes Aluminium wurden konzeptionell mitgedacht. Suvi Lener, Studentin des Industriedesigns, hat ihn im Rahmen eines Kurses zur Circular Economy entworfen. Ihr Ziel: ein Skate, der nicht nach wenigen Jahren im Müll landet, sondern repariert, recycelt und neu zusammengesetzt werden kann.

„Die meisten Skates bestehen aus verklebten Materialien, die kaum zu trennen sind und in Deutschland rund 9.000 Tonnen Abfall pro Jahr verursachen“, sagt sie. Neben ihr sitzt Zoe Seyfert. In der Hand hält sie einen Federball – und trennt mit einem Handgriff die Papierflügel vom Korkkopf. „Ein herkömmlicher Badmintonball, wie er im Turniersport zum Einsatz kommt, hat ebenso eine hohe ökologische Last“, erklärt sie. Nach wenigen Schlägen breche oft eine Feder – und der Ball werde komplett entsorgt. Seyferts Lösung: ein modularer Federball mit recycelbaren Papierflügeln auf Hanf- und Grasfaserbasis, die einzeln austauschbar und wiederverwendbar sind – ganz ohne tierische Bestandteile.

Werkstattarbeit und Prototypenbau sind für beide essenzieller Teil des Studiums. „Die handwerkliche Arbeit hilft mir, ein besseres Gespür für Proportionen und Details zu entwickeln und meine Entwürfe zu verbessern“, sagt Seyfert. Aus dieser praktischen Auseinandersetzung mit Material und Technik heraus hat Kilian Frank für seine Diplomarbeit eine besondere Liege entworfen. „Elementum“ funktioniert ohne klassische Holzverformung durch Hitze. Stattdessen nutzt Frank die Kraft der Spannung: Mit Gurten und einem speziellen Textil bringt er das Holz dazu, sich selbst in eine stabile, ergonomische Form zu biegen. Die Liege spart Ressourcen, kommt ohne teure Formen aus und lässt sich leicht transportieren.

An der Hochschule Darmstadt experimentiert Student Kilian Frank mit der Verformung von Holz.



Die Designs der AMD-Absolventin Giuliana Schmidt wurden in renommierten Magazinen wie „Vogue“ oder „Elle“ veröffentlicht.





Zoe Seyfert (l.) und Suvi Lener (u.) wollen Sportutensilien nachhaltiger gestalten.



Frank sieht darin Potenzial: „Auch Stühle oder andere Möbel könnten mit dieser Methode nachhaltiger produziert werden.“

Verortet ist der Fachbereich Gestaltung auf der Mathildenhöhe, einem Ensemble aus Jugendstilarchitektur und Künstlerhäusern, das 2021 zum UNESCO-Weltkulturerbe erklärt wurde. Hier entstehen Entwürfe für die Produktwelt von morgen. Tom Philipps, Professor für Industriedesign, unterrichtet mit Blick auf Langlebigkeit, Reparierbarkeit und Ressourcenschonung. Gerade im technischen Designbereich lassen sich entscheidende Weichen früh stellen: „Materialität, Bauweise, Lebensdauer – all das prägt die Umweltbilanz eines Produkts von Anfang an“, sagt er.

Knapp 40 Kilometer nördlich, in einem Büro in Offenbach, stapeln sich bunte Pizzaverpackungen. Marlene Bruch entwickelte während ihres Designstudiums an der Hochschule für Gestaltung (HfG) Offenbach gemeinsam mit einer Kommilitonin ein nachhaltiges Mehrwegkonzept für den Transport von Pizza; seit 2022 führt sie das daraus entstandene Start-up PIZZycle. „Herkömmliche Kartons lassen sich wegen Fett- und Speiseresten kaum recyceln“, erklärt Bruch. „Unsere Verpackung kann bis zu 500-mal verwendet und am Ende in die Wertstoffkette überführt werden.“ Das runde Behältnis aus Monomaterial ist spülmaschinenfest – und durch kleine Luftlöcher bleibt die Pizza knusprig. Gefertigt wird in Deutschland, inzwischen geht der Versand in über 27 Länder. 2024 wurde PIZZycle mit dem Titel „Kultur- und Kreativpilot*innen Deutschland“ der Bundesregierung ausgezeichnet – Anerkennung für ein Produkt, das Gestaltung und Nachhaltigkeit vereint.

Die Region bietet vielfältige Studienmöglichkeiten im Bereich Gestaltung. Die HfG Offenbach zählt zu den renommiertesten Kunst- und Designhochschulen Deutschlands. Auch die Hochschule Mainz, Hochschule Darmstadt und Hochschule RheinMain in Wiesbaden bieten praxisnahe Studiengänge wie Kommunikationsdesign, Innenarchitektur oder Industriedesign an. Private Alternativen sind unter anderem die AMD Akademie Mode & Design in Wiesbaden sowie die Hochschule Macromedia und die UE University of Europe for Applied Sciences in Frankfurt.



Seit 2000 unterrichtet Tom Philipps Industriedesign an der Hochschule Darmstadt.

Material, Bauweise und Lebensdauer – all das prägt die Umweltbilanz eines Produktes. //

DAS AUGE ISST MIT

Kreative Küche, preisgekrönte Weine, überraschende Braukunst, originelle Verpackungen – in FrankfurtRheinMain verbindet sich traditionelles Handwerk mit zeitgemäßem **Geschmack und Design**.

VON KIM BERG

Es herrscht Wohnzimmeratmosphäre im OX – gemütlich und modern, mit persönlichem Flair. Die Speisen kommen auf farblich abgestimmter Keramik, das die Pfälzer Töpferin Ingrid Zinkgraf eigens für das Restaurant konzipiert hat. „Wir verzichten bewusst auf Tischdecken. Bei uns stehen das Essen, die Keramik und die Anrichtung im Vordergrund“, erklärt Küchenchef und Inhaber David Rink.

Gemeinsam mit seinem Bruder Norman eröffnete er das Casual-Fine-Dining-Restaurant 2019 in Darmstadt. 2022 wurden die Brüder für ihr Konzept mit einem Michelin Stern ausgezeichnet – der erste überhaupt in der Stadtgeschichte. „Unsere Küche ist frankophil angehaucht, mit asiatischen Einflüssen“, beschreibt Rink den eigenen Stil. Das OX hat einen saisonalen Anspruch und arbeitet dafür mit einer Bauerngemeinschaft aus der Region um Heidelberg zusammen. „Die regionale Ware ergänzen wir

durch tolle Produkte aus Europa – zum Beispiel Fisch aus der Bretagne oder Schweinefleisch aus der Extremadura“, so der Küchenchef. Das Menü ist sehr dynamisch und wechselt stetig. Doch einige Klassiker schaffen es immer wieder auf die Karte, zum Beispiel der konfierte Steinbutt mit einer Velouté – einer weißen Sauce –, Kaviar und gebräunter Butter.

Neben dem OX betreiben Norman und David Rink seit 2025 das L’Oxalis. Das Restaurant mit entspanntem Ambiente ist einer französischen Brasserie nachempfunden. Anders als im OX können Gäste dort auch à la carte bestellen. In beiden Restaurants findet man jedoch eine „frische, ordentliche, gut durchdachte Küche“, wie es David Rink selbst beschreibt. Die Restaurantnamen leiten sich aus dem Wort Oxalis ab, dem botanischen Namen für Sauerklee, der sich auch in den Logos beider Restaurants wiederfindet – eine sehr beliebte Zutat in Rinks Gerichten.



Frankophil mit asiatischen Einflüssen: So beschreiben die Brüder Norman (l.) und David Rink ihren kulinarischen Stil.



Pflanzliche Produkte genauso kreativ und facettenreich zu verarbeiten wie tierische, ist für mich sehr reizvoll. //

Pflanzen sind auch Andreas Kroliks Leidenschaft. Er ist Küchenchef im Zwei-Sterne-Restaurant Lafleur in Frankfurt. Obwohl das Lafleur auch Fisch und Fleisch serviert, schlägt Kroniks Herz für die vegane Küche. „Der Reiz liegt darin, die pflanzliche Vielfalt der saisonalen Grundprodukte ebenso kreativ, spannend und facettenreich auf den Teller zu bringen wie bei Gerichten mit tierischen Produkten – und dabei stets den maximalen Geschmack herauszuarbeiten“, so Krolik. Sein veganes Sechsgänge-Menü gehört laut Forbes-Magazin zu einem der besten weltweit – und allein das sei einen Zwischenstopp in Frankfurt wert, schrieb das Wirtschaftsmagazin 2023. Optik spielt für Krolik zwar eine wichtige Rolle, doch Geschmack und Textur stehen bei ihm im Vordergrund. „Nichts finde ich enttäuschender, als wenn viel Aufwand in die Präsentation gesteckt wird, der Geschmack aber nicht mithalten kann.“ Trotzdem gleichen die Teller im Lafleur Kunstwerken. Glänzende Gelees, cremige Pürees, feine Schäume und frische Blätter sorgen sowohl für geschmackliche als auch für optische Vielfalt. Die symmetrisch angerichteten Speisen auf den Tellern machen das visuelle Erlebnis komplett und unterstreichen Kroliks hohen ästhetischen Anspruch.

In seinen Food-Designs lässt der Küchenchef die Produkte gerne für sich selbst sprechen. Dabei orientiert er sich auch an den Jahreszeiten: „Im Frühjahr und Sommer wird es farbenfroher, grüner und in der Aromatik frischer und etwas leichter. Im Herbst und Winter hingegen dominieren dunklere Töne und kraftvollere Aromen.“ Begleitet werden die Menüs von vornehmlich französischen Weinen, die auch im Namen des Restaurants auftauchen. Lafleur erinnert an das berühmte französische Weingut Château Lafleur aus Pomerol, dessen Weine sich natürlich auch in der Karte wiederfinden.



Das Herz von Zwei-Sterne-Koch Andreas Krolik schlägt für die vegane Küche.



Nachdem sie das Weingut übernommen hatten, gaben Marcel (l.) und Marius Dillmann den Flaschen einen neuen Look.

Das Weingut Dillmann aus Geisenheim im Rheingau steht zwar nicht auf der Karte des Lafleur, die Gebrüder Dillmann arbeiten jedoch daran, innovative und naturnahe Weine in Spitzenqualität zu erzeugen. Marcel und Marius Dillmann führen die Kellerei in zweiter Generation. Ihre Eltern gründeten das Weingut 1980 mit dem Kauf des ersten Weinbergs. Mit der Übernahme wurde auch den Flaschen ein neuer Look verliehen. „Wir wollten etwas Cooles und Einmaliges erschaffen“, erklärt Marius Dillmann. Im Mittelpunkt steht nach wie vor der sogenannte Läufer. Ein Männchen, das schon die Weinflaschen in der ersten Generation zierte, gezeichnet 1994 von der Frankfurter Künstlerin Ines Gorges. Auf den neuen Etiketten ist der Läufer mit Lack hervorgehoben. „Der Lack gibt den Etiketten eine elegante Wirkung“, erklärt Dillmann. Die Farben – Weiß, Grau und Schwarz – stehen für die Weine: Weiß für die Gutsweine, Grau für die Lagerweine und Schwarz für die Réserve, also die Spitzenweine.

Weiß, Grau und Schwarz finden sich auch im Design von Bembel-with-Care wieder. Seit 2007 produziert das Odenwälder Unternehmen aus Birkenau Apfelwein in der Dose. Der Grundgedanke hinter der für das Getränk unkonventionellen Verpackung lässt sich leicht zusammenfassen: „Traditionelle Kelterkunst und charakteristische Odenwälder Apfelsorten treffen auf ein ansprechendes, modernes Design und praktische Getränkedosen“, heißt es auf der Website. Dabei gab es im Gründungsjahr des Unternehmens noch gar keinen „Äpfel“ für die Dosen. Zunächst produzierte Bembel-with-Care Merchandise-Artikel rund um das hessische Nationalgetränk. 2008 sorgte eine Kooperation mit der Odenwälder Kelterei Krämer dafür, dass der erste Apfelwein seinen Weg in die stylischen Behälter fand – damals noch in Fünf-Liter-Fässer, ab 2009 dann in die 0,5-Liter-Designer Dosen.

Modernes Design in praktischen Dosen:
Das ist die Idee von Bembel-with-Care.



Gutes Produktdesign erzählt auf den ersten Blick, wofür eine Marke steht. //



2018 wurde Glaabsbräu für sein Design mit dem „German Brand Award“ ausgezeichnet.

Nicht um Dosen, aber um Flaschen dreht sich alles bei der Seligenstädter Brauerei Glaabsbräu. In neunter Generation führt Robert Glaab das Unternehmen. „Gutes Produktdesign schafft Verbindung. Es macht Werte sichtbar, weckt Emotionen und erzählt auf den ersten Blick, wofür eine Marke steht“, sagt Glaab. Bei seiner Brauphilosophie geht Glaabsbräu keine Kompromisse ein. Heraus kommen naturbelassene Biere und Kreationen wie das „Grie Soß“-Bier, gebraut mit den sieben Kräutern der Frankfurter Grünen Soße. Dazu passend ist auch der Markenauftritt gestaltet. Gedeckte Farben zieren die Etiketten der klassischen Sorten – wie Helles oder Pils. Bunter wird es bei den Craftbieren. Lila und Hellgrün schmücken die Naturpapier-Labels, und auch die Schriftart variiert je nach Sorte. „Unser modernes Erscheinungsbild verbindet regionale Verwurzelung mit dem Mut, neue Wege zu gehen“, so Glaab. Für ihr Design wurde die Brauerei 2018 mit dem „German Brand Award“ ausgezeichnet. //

Mehr Energie für alle?
Gute Idee.

Wir investieren in eines der stärksten Stromnetze Deutschlands, damit dieses um weitere 100 % wachsen kann.

ES GEHT VORAN!

mainova.de/es-geht-voran

MENSCHEN VON HEUTE

Fünf von 5,8 Millionen: Wer diese Gesichter und Geschichten kennt, weiß, was die Metropolregion FrankfurtRheinMain so interessant macht.

VON KIM BERG

Isabelle Pering

Spitzenköchin und Restaurantbesitzerin

„Gurke – Buttermilch – Rose“ oder „Aubergine – Rind – Miso“: Die Gerichte in BellasLOKAL, im Bad Sodener Stadtteil Altenhain, klingen schlicht, und das ist auch so gewollt. „Ich habe es mir zur Aufgabe gemacht, den Geschmack der einzelnen Zutaten herauszuarbeiten und hervorzuheben“, erklärt Inhaberin und Küchenchefin Isabelle Pering. In ihrer Küche spielen Qualität und Regionalität eine große Rolle. Das kommt gut an. 2025 ernannte der renommierte Restaurantführer „Gault & Millau“ die 32-Jährige zur Aufsteigerin des Jahres. Das Design ihrer Teller spiegelt ihren Kochstil wider: klare Linien, nicht überladen. „Ich denke, gutes Food Design ist immer dann gegeben, wenn es einprägsam ist und man sich selbst damit identifizieren kann“, sagt die Köchin. Mit ihren Gerichten möchte sie ihre Gäste ins Unbekannte entführen. „Ich wünsche mir, dass sie sich von dem Gedanken verabschieden, alles zu wissen, und sich gemeinsam mit uns auf eine kleine Reise begeben. Eine Reise, auf der sie manchmal entdecken, dass Dinge, die sie sonst nicht mögen, durch eine andere Zubereitungsart doch schmecken können“, so Pering.





Marc Flick

Architekt

„Jedes unserer Gebäude steht in Beziehung zum Ort und entwickelt daraus Form, Materialität und Raumorganisation“, erklärt der Wiesbadener Architekt Marc Flick. 2015 gründete er sein eigenes Architekturbüro. Klare Linien und eine reduzierte Formsprache zeichnen seine Häuser aus. Viele tragen sprechende Namen: Schwarzes Haus, Werkstatt oder Tiefes Haus. Auch das Haus auf dem Land findet sich in Flicks Portfolio. Es entstand in Zusammenarbeit mit dem Büro Fröhlich Gassner Architekten und war 2025 unter den Finalisten des „Häuser Awards“. Damit zählt es für die Jury des renommierten Preises zu den 20 besten Einfamilienhäusern Europas. „Das Haus verbindet eine klare, zurückhaltende Gestaltung mit einer konsequent nachhaltigen Materialwahl“, erklärt Flick, der sein Architekturstudium in Darmstadt und Wien absolvierte. Das Gebäude fügt sich zudem in seine Umgebung ein. Die Hanglage wird durch einen massiven Betonsockel ausgeglichen, im Innenraum gibt es einen Betonkörper der das Raumklima reguliert. Alle Innenwände sind aus Brettspertholz gefertigt und unbekleidet in Sichtbauweise. Mit seiner klaren und reduzierten Bauweise möchte Flick auf die überladene Komplexität antworten, mit der sich Menschen tagtäglich konfrontiert sehen.



Birgit Kunz

Floristin

„Floristik ist, wie ein Bild zu malen“, sagt Birgit Kunz. Seit 21 Jahren verkauft sie Blumen an ihrem Wochenmarktstand – zunächst in Seligenstadt, seit 15 Jahren in Offenbach. „Die Markt-Influencerin“ wurde sie zunächst im Spaß von ihren Standnachbarn genannt, nachdem sie anfangs, ihre Blumen auf Social Media zu präsentieren. Der Erfolg sprach für sie. Über 150.000 Menschen folgen ihr auf Instagram und ihr Onlineshop „Tausendschön“ floriert – im wahrsten Sinne des Wortes. Ihren Stil beschreibt sie als gezielt chaotisch, pastellig und auf keinen Fall minimalistisch. „Ich möchte den Menschen ein bisschen Farbe und Leichtigkeit mitgeben und zeigen, dass es schön sein kann, wenn nicht immer alles akkurat ist“, so Kunz. Besondere Freude hat sie an exotischen und seltenen Blumen. „Es gibt so viele tolle Gärtner auf der Welt, die unheimlich schöne Blumen züchten“, schwärmt sie. Trotzdem kann sie sich auch für eine einfache Glockenblume begeistern, denn für sie ist jede Blüte etwas Besonderes.

Antje Dienstbir

Designerin für Schmuck und Gerät

Welche Ästhetik hat ein Löffel? Muss eine Schale mit Obst befüllt werden, um einen Zweck zu erfüllen? Solche Fragen stellt sich Antje Dienstbir bei ihrer Arbeit. „Ich gestalte Gegenstände, die uns seit frühester Zeit begleiten – sowohl im Bezug auf die Menschheitsgeschichte als auch jeden Einzelnen“, erklärt sie. Der selbstverständliche Umgang mit Besteck und Gefäßen animierte Dienstbir, sie über ihren Gebrauchswert hinaus als Kunstobjekte zu inszenieren. „Nach dem Diplom habe ich mich auf silbergeschmiedete Löffel spezialisiert“, erklärt die Künstlerin aus Wiesbaden. So verband sie beispielsweise hölzerne Eisstiele mit einer silbernen Laffe, der schalenförmigen Vertiefung des Löffels. „Die Kombination aus einem Wegwerfartikel mit wertvollem Edelmetall war geboren“, sagt Dienstbir. Ihre kunstgewordenen Alltagsgegenstände erhielten zahlreiche Auszeichnungen, darunter der Europe Award for Contemporary Crafts und der Hessische Staatspreis. Neben temporären Ausstellungen können Besucher ihre Objekte auch in öffentlichen Sammlungen bewundern, zum Beispiel im Museum Angewandte Kunst in Frankfurt oder dem Goldschmiedehaus in Hanau.



Dennis Hinze

Gründer und Creative Director

Wer im internationalen Sportmode-Design unterwegs ist, kennt den Namen Dennis Hinze. Der gebürtige Rheinländer ist Gründer und Creative Director der international renommierten Agentur N3TWORK, die von Frankfurt und Hamburg aus globale Trends mitgestaltet. Mit seinem Unternehmen hat er für die größten Marken, Spitzensportlerinnen und -sportler auf der ganzen Welt gearbeitet. Für Red Bull entwarf er eine Kollektion für über 1.000 Athletinnen und Athleten in mehr als 100 Sportarten. Er entwickelte die globale Produkt-DNA für The North Face und übernahm die Gestaltung der USA Free Ski Teamwear für die Olympischen Winterspiele 2014 in Sotschi. „Für die Athleten von Red Bull zu entwerfen, war ein Highlight – genauso wie die Arbeit für das amerikanische Team bei den Olympischen Winterspielen in Sotschi, wo wir völlig ohne kreative Grenzen gestalten konnten“, erzählt Hinze. Design ist für ihn kein Selbstzweck. Es muss immer ein Problem lösen oder einen Mehrwert schaffen. „Design kann weit mehr als nur gut auszusehen – es kann Verhalten verändern und Menschen inspirieren“, so Hinze.



**Frankfurt
RheinMain**
Become a part of it



Business, next level

Ob Lebensqualität, Kulturangebot, Wirtschaftsleistung oder Nachhaltigkeit: In vielen internationalen Rankings finden Sie die Region Frankfurt RheinMain ganz weit oben. Entsprechend reizvoll sind die Perspektiven in den lebendigen Städten und Gemeinden unserer Region. Entdecken Sie mit uns Ihre Top-Location! Wir begleiten Ihr Unternehmen in jeder Phase der Ansiedlung. Mit Spitzenservice. Und herausragendem Engagement für Ihr Business.

FrankfurtRheinMain GmbH International Marketing of the Region ist der offizielle Ansprechpartner für Ansiedlungen von Unternehmen aus dem Ausland.

→ frm-united.com



Das Business-Netzwerk für FrankfurtRheinMain.



Rund 150 Unternehmen haben sich in der Wirtschaftsinitiative FrankfurtRheinMain zusammengeschlossen – vom internationalen Großkonzern bis zum Start-up. Das führende Business-Netzwerk der Metropolregion macht sich für einen attraktiven Standort stark, der auch morgen Investitionen, Innovationen und Fachkräfte anzieht. Als Schrittmacher, Brückenbauer und Dialogplattform.

www.die-wirtschaftsinitiative.de