

01.03.2019 08:00 CET

## Arzberg - Form 1382

### Der Klassiker - die Erfolgsform ARZBERG 1382

Diese Arzberg-Form hat Geschichte gemacht. Als Arzberg 1931 den Entwurf von Dr. Herrmann Gretsch vorstellte, begründete das Unternehmen seinen Ruf als Design-Marke. Bis heute hat die schlichte und zweckmäßige Form nichts von ihrer Faszination verloren. Die einzigartige Erfolgsgeschichte des legendären Kultporzellans „Form 1382“ begann 1931 mit Hermann Gretsch. Vor achtzig Jahren vollendete Gretsch die Skizze Nummer 1382 im Arzberg-Modellbuch mit einem letzten Bleistiftstrich: Es war die endgültige Absage an unpraktisches, verschnörkeltes Gebrauchsgeschirr und gleichzeitig ein eindeutiges „Ja“ zu funktionalem, ästhetisch schönem Alltagsporzellan: die „gute Form“. Mit ihr übertrug Gretsch erstmals die Grundsätze der neuen Sachlichkeit konsequent in die industrielle Porzellanformgebung. Eine neue Firmenphilosophie entstand. Sie gilt noch heute: die gute Form für jeden Tag.

Seit 1931 wird dieser Porzellanklassiker erfolgreich verkauft. Das Design wurde seitdem nicht verändert und hat bis heute nichts von seiner Faszination verloren. Die Form „1382“ zählt zu den absoluten Klassikern modernen Industriedesigns und ist als eine von ganz wenigen Porzellanformen sogar im Museum of Modern Arts in New York zu finden.

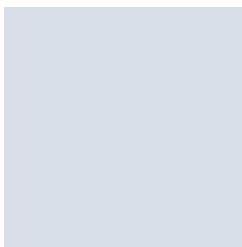
---

### Vom Porzellan-Pionier zum internationalen Designunternehmen

Gegründet 1879, blickt Rosenthal auf seine langjährige Firmengeschichte zurück. Auf die Geschichte von Vater und Sohn – des Gründers Philipp Rosenthal Senior und des Visionärs und umtriebigen Geists Philip Rosenthal

Junior. Der eine legte die Basis für eine bereits damals moderne Porzellanproduktion, der andere baute Rosenthal zu einer großen Marke internationaler Bekanntheit auf. Sein Credo: Eine Leidenschaft für alltäglichen Luxus und ein schlagendes Herz für Design. Seit weit mehr als 100 Jahren entwerfen etablierte Designer, Künstler sowie angesagte Newcomer elegante Kollektionen von höchster Qualität für den gedeckten Tisch ebenso wie exklusive Objekte, die den Lebensraum verschönern. Zu den Kunden zählen nicht nur Haushalte weltweit, sondern auch 800 internationale Restaurants und Hotels. Rosenthal ist bereits auf dem Weg der grünen Transformation und hat 2022 den Bereich „Corporate Sustainability“ etabliert. Das Unternehmen setzt sich aktiv für Nachhaltigkeit ein, sei es beim Umwelt- und Energiemanagement oder hinsichtlich der sozialen Verantwortung. Zum Rosenthal Portfolio gehören die Marken Rosenthal, Hutschenreuther und Thomas sowie die Brandkooperationen Rosenthal meets Versace und Swarovski x Rosenthal. Seit Juli 2009 ist der Porzellanhersteller Teil der italienischen Arcturus Group.

## Kontaktpersonen



### **Barbara Stockinger-Torelli**

Pressekontakt

PR Manager

PR & Communication

Barbara.Stockinger-Torelli@rosenthal.de

+49 1704138510