

Media Kit | lasfera

Über lasfera - respect tradition – rethink design

Für lasfera ist nicht nur das fertige Objekt mit seiner Funktion wichtig, auch alle damit verbundenen ökologischen, ökonomischen und sozialen Aspekte werden bedacht.

Der Designer ist heute, so die Überzeugung von lasfera, nicht mehr allein für die gute Form und Funktion zuständig, er muss auch einen Beitrag zur Ressourcennachhaltigkeit und zu einer besseren Welt leisten.

Hinter lasfera stehen die Designer Svenja und Henri Garbers. Nach Stationen in London, Florenz, Mailand und Beijing – wo lasfera im Jahr 2006 gegründet wurde - leben und arbeiten die beiden derzeit wieder dort, wo alles mit ihren Schreinerlehren seinen Anfang nahm: in Köln. Von hier aus ist lasfera stets auf der Suche nach interessanten Handwerkstechniken, ökologisch nachhaltigen Materialien und technischen Neuentwicklungen, die sie in ihre Designarbeit einfließen lassen und miteinander kombinieren – regional wie global.

Um auch den Weg des Produkts zum Kunden im Sinne der Designer zu gestalten, vertreibt lasfera seine Produkte ausschließlich über ausgewählte Möbel- und Designhändler, und Inneneinrichter, denen Ökologie und Nachhaltigkeit wichtig sind.

Aus Interesse an Handwerkskunst aus aller Welt

Direkt nach ihren Schreinerlehren in Köln zog es beide zum Designstudium ins Ausland, um neue Denk- und Arbeitsweisen kennenzulernen: Svenja Garbers nach Florenz, Henri Garbers zunächst nach London und später ebenfalls nach Florenz. Angeregt vom italienischen Designstil und der souverän-gelösten Arbeitsweise, ließen sich beide im Jahr 2001 in Mailand nieder, um dort mit großen Firmen wie IKEA, SieMatic und Emmelunga zu kooperieren. Ihre Vision lag schon damals darin, traditionelle Handwerkskünste in neuem Design weiterzuentwickeln. Ein Land übte auf beide eine magische Anziehung aus: China – ein Land der extremen Kontraste, zwischen vieltausendjähriger Tradition und Hypermoderne. In Beijing entwickelten sie ab 2006 in ihrem eigenen Designbüro lasfera Raumkonzepte für Privatleute sowie für internationale Unternehmen wie Volkswagen, Siemens und global operierende chinesische Konzerne

Gründung in Köln

Seit 2012 leben und arbeiten die Gründer von lasfera wieder in Köln, genauer in Ehrenfeld, wo eine junge, zielstrebige Designszene ihr Zentrum hat. Von hier aus ist lasfera stets auf der Suche nach interessanten Handwerkstechniken, ökologisch nachhaltigen Materialien und technischen Neuentwicklungen, die sie in ihre Designarbeit einfließen lassen und miteinander kombinieren – regional wie global.

Um auch den Weg des Produkts zum Kunden in ihrem Sinne zu gestalten, vertreibt lasfera seine Produkte ausschließlich über ausgewählte Möbel- und Designhändler, Inneneinrichter und Online-Designmärkte, die sich vornehmlich auf den Vertrieb von ökologischen und möglichst nachhaltigen Produkten spezialisiert haben.

Die 6 Gebote von lasfera

- Wir möchten zu ressourcenschonendem Verhalten beitragen. Deshalb gestalten wir unsere Produkte von Anfang an so nachhaltig und ressourcenschonend wie möglich.
- Wir wollen Produkte gestalten, die in Qualität und Stil langlebig sind – denn das nachhaltigste Produkt ist eines, das man nicht so schnell durch ein anderes ersetzt.
- Wir möchten einen Beitrag dazu leisten, regionale Traditionen zu erhalten und zu fördern. Deshalb setzen wir nach Möglichkeit auf regional verwurzelte Handwerkstraditionen – bevorzugt in Deutschland, aber auch global.
- Wir möchten Produkte anbieten, die Wertschätzung verdienen und finden, deren fairen Preis unsere Kunden bereit sind zu zahlen – aufgrund ihrer Design- und Handwerksqualität, aber auch aufgrund der Geschichte, die sie erzählen.
- Wir sind authentisch in unserer Gestaltung und in unserem unternehmerischen Handeln. Wir machen das, was wir machen, aus Überzeugung und stehen mit unseren Namen dahinter. Und deshalb machen wir unser Handeln und die mit unseren Produkten verbundenen Prozesse so weit wie möglich transparent.
- Wir wollen auch im Handel Partner haben, die unsere Werte teilen. Deshalb arbeiten wir ausschließlich mit Unternehmen zusammen, die glaubhaft die Werthaftigkeit unserer Produkte und die dahinter stehenden Geschichten vermitteln können – online wie offline.