

Mannheimer Morgen
Mittwoch, 26. September 2007

„Knickschoppen“ kreisen in der gesamten Pfalz

Südpfälzer Ehepaar hat sich die kuriosen Gläser patentieren lassen

Roschbach. Der erste Eindruck ist richtig: Wer ein Schoppenglas einer neuartigen Kollektion aus der Südpfalz in Händen hält, hat einen Knick in der Optik. Und das ist wörtlich zu nehmen: Die Unikate, aus traditionellen Schoppengläsern („Weinstangen“) von Glasbläsern in Handarbeit geformt, haben in ihrem oberen Drittel einen leichten Knick – die nahe liegende Vermutung, der eigene weinselige Blick sei etwas verschoben, ist daher nicht zwingend richtig. Die kuriosen „Knickschoppen“ werden seit drei Jahren von dem eigens dafür gegründeten Unternehmen „Elegantia“ im südpfälzischen Roschbach gestaltet und vertrieben.

Vor allem bei Touristen sind sie ein Renner. Zumal es sie anderswo nicht gibt: Die Elegantia-Gründer Dr. Thomas Schäfer und seine Frau Josefine besitzen seit dem 1. März 2007 unter der Nummer 30661322

auf die Gläser das Patentrecht als „dreidimensionale Marke“. Die Idee zu diesen Knickschoppen hatte ein Südpfälzer Glas-künstler – doch an der Vermarktung seiner Knickgläser hatte er kein Interesse und überließ dies den Schäfers aus Roschbach.

Der Lebensmittelchemiker und seine Frau gründeten die Firma Elegantia und machten sich daran, die ungewöhnliche Geschäftsidee unters Volk zu bringen. Mit Riesenerfolg. Die erste Knickschoppen-Serie wurde 2005 nach einem Motiv des Landauer Künstlers Xaver Mayer als „Hämstolwerer“ (Heimstolperer) angeboten – und fand reißenden Absatz. Die nun auch künstlerisch geprägte Edition wurde im Jahr der Fußball-WM 2006 mit einem neuen Motiv als „Noistolwerer“ fortgesetzt. Allein von den WM-Knickschoppen wurden 3200 Gläser verkauft. In Ludwigshafen kann man in der „Inselbastei“ aus einem

Knickschoppen seine Rieslingschorle genießen – nur ist das dann kein „richtiger“ Schoppen: Wegen der knickbedingten Glasverkürzung wird bereits auf der Getränkekarte auf die Reduzierung des Inhalts von 0,5 Liter auf 0,45 bis 0,49 Liter hingewiesen. Inzwischen haben die umtriebigen Schäfers ihre „Knickschoppen-Familie“ erweitert.

Der Weg dieses Glasdesigns führt quer durch die Republik: Im thüringischen Lauscha werden die Gläser geformt, im Westerwald von einem Glasveredler bedruckt und schließlich in Roschbach vermarktet. Die Preise reichen von 4,50 Euro für den Knickschoppen ohne Deko bis zu 8,50 Euro für das künstlerisch gestaltete Glas. rs

i Infos bei Elegantia unter Telefon 06323/98 06 00 oder im Internet www.elegantia-glasdesign.de



Josefine Schäfer zeigt ihre Knickschoppen-Kollektion. Vorne steht die „Schnapsdrossel“. Das Weißherbstschorle daneben wird aus dem Glas „des is moiner“ getrunken. Bild: Venus