

Es war nachmittags gegen 17 Uhr, als in Meißen plötzlich das große Schep-  
pern und Klirren begann. Anwohner der  
weltberühmten Porzellanmanufaktur  
mit den blauen Schwertern im Firmen-  
emblem horchten auf ob des ohrenbetäu-  
benden Lärms, der aus dem Fabrikhof  
drang: Hinter den Mauern des traditions-  
reichen Unternehmens wurde ganz offen-  
sichtlich stapelweise Porzellan zerschla-  
gen. Feinstes Meissener, versteht sich.  
Ein Lokalfilmer eilte zum Werkportal,  
sogar die Polizei soll verständigt worden  
sein – auch die Kommunalpolitik melde-  
te sich zu Wort. So bat der parteilose  
Oberbürgermeister Olaf Raschke öffent-  
lichkeitswirksam in einem Brief an die  
Geschäftsführung der Porzellanmanu-  
faktur um nähere Informationen über  
das Scherbengericht.

Meissener Porzellan ist nicht irgend-  
ein Allerweltsgeschirr: Die Manufaktur  
steht als Vorzeigebetrieb im Eigentum  
des Freistaats Sachsen, für den die „blau-  
en Schwerter“ ein wichtiges Export- und

## Meissener Scherbenhaufen

Die Manufaktur zerschlägt stapelweise teures Porzellan

Imageprodukt sind. Da ist es verständ-  
lich, dass die Zerstörungsaktion die säch-  
sischen Gemüter erregte: Wochenlang  
wurde über mögliche Gründe des „Polter-  
abends“ in der Porzellanfabrik gerätselt,  
der sich am 14. Oktober ereignet hat-  
te – eine offizielle Stellungnahme aber  
gab es dazu nicht. Erst jetzt, vier Wochen  
später, bestätigte Sachsens einstiger  
Ministerpräsident Kurt Biedenkopf, der  
Aufsichtsratsvorsitzender der Porzellan-  
manufaktur ist, den Scherbenhaufen:  
„Die Manufaktur hat sich von unverkäuf-  
lichen Produkten getrennt.“ Die Maß-  
nahme war einstimmig vom Aufsichtsrat  
beschlossen worden – in dem auch der  
Meißener Oberbürgermeister sitzt.

Doch Biedenkopfs Erklärung hat erst  
recht Unruhe ausgelöst: Dass wertvollste  
Porzellanbestände, für deren Herstel-

lung unendlich viel Mühe und Kunstfer-  
tigkeit aufgewandt worden waren, nun  
einfach so zerschmettert wurden, schien  
für die Bürger schwer verständlich zu  
sein. Und so fragte sich mancher, warum  
man das Porzellan, wenn es denn wirk-  
lich schwer verkäuflich war, nicht ein-  
fach hätte etwas preisgünstiger verscher-  
beln können – gleichsam nach dem Mot-  
to: Ein Stück Meissener für alle?

Nein, das hätte man eben nicht. Denn  
in der Welt der Luxusgüter gehört der  
Schutz der Marke zur Geschäftspolitik:  
Louis Vuitton macht es mit seinen Ta-  
schen, Hermès mit seinen Tüchern. „Auf  
den ersten Blick wird so zwar Wert ver-  
nichtet“, sagt der Münchner Marken-„ex-  
perte Alexander Biesalski, „tatsächlich  
wird damit jedoch deutlich mehr Wert ge-  
sichert – nämlich der Markenwert.“

Der Geschäftsführer der Meissener  
Porzellanmanufaktur, Christian Kurtz-  
ke, hat schon früher gewarnt: „Wenn Sie  
einmal in den Billigstrudel geraten, ist es  
schon vorbei.“ Entsprechend baute der  
Betriebswirt, der seit Ende 2008 die Ma-  
nufaktur leitet, gezielt das Luxusimage  
des Unternehmens aus. Porzellanstücke  
lässt er häufig nur in limitierten Aufla-  
gen herstellen, zudem erschloss er neue  
Geschäftsfelder wie das Edelschmuck-  
design oder die Herstellung von Luxus-  
einrichtungen für Ölscheichs und andere  
Superreiche. Freilich steht in Meißen  
noch allerlei altes Porzellan im Schrank:  
Nach der Wende war zunächst weiter auf  
Halde produziert worden, während die  
Nachfrage Zug um Zug nachließ. So häuf-  
ten sich Altbestände auf, die noch vor  
einem Jahr auf einen Wert von etwa  
30 Millionen Euro geschätzt wurden – da-  
von dürfte nun allerlei zerschmettert  
worden sein. Freilich wäre der Scherben-  
haufen kleiner, wäre die Aktion besser  
kommuniziert worden. *Christiane Kohl*