

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*