



Der Porzellan-Service "Maria" gehört zu den umfangreichsten und meistverkauften Geschirrformen aller Zeiten

25.01.2022 08:15 CET

Maria – ein Klassiker von Rosenthal

Der Siegeszug der Form „Maria“ begann im Jahr 1916. Benannt wurde das Service nach der Frau des Firmengründers Philipp Rosenthal, der die 35 Jahre jüngere Maria 1916 ehelichte. „Maria“ steht für Porzellangeschichte und Tischkultur. Vermutlich als Nachbildung eines silbernen Teeservices entstanden, wurde diese polygonale Geschirrform mit dem charakteristischen Kantenrelief in Form einer Früchtegirlande zum umfangreichsten Rosenthal-Service. Schon 1939 gab es über 170 verschiedene Artikel, von der Grätenschale, über Messerbänkchen bis hin zum Zierkorken. Noch heute sind mehr als 70 verschiedene Einzelteile erhältlich.

Gut 200 Dekore auf „Maria“ wurden in fast 100 Jahren entworfen, zuletzt „Pink Rose“ von der Schweizer Textildesignerin Regula Stüdli. Klassisch weiß oder mit zartem Dekor: „Maria“ ist die perfekte Verbindung von Tradition und Moderne.

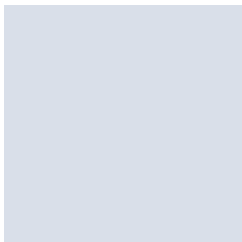
Über Jahrzehnte hinweg erfreut sich „Maria“ großer Beliebtheit und gehört zu den umfangreichsten und meistverkauften Geschirrformen aller Zeiten. Allein in den letzten 25 Jahren wurden fünf Millionen Tassen und 15 Millionen Teller verkauft.

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