



13.02.2025 13:56 CET

Neuausrichtung bei Rosenthal: Der Selber Porzellanhersteller konzentriert die Produktion auf Standort am Rothbühl

Selb, 13. Februar 2025. Die Arcturus Gruppe, Muttergesellschaft von Rosenthal, hat eine zukunftsweisende Entscheidung getroffen, um das Unternehmen langfristig wettbewerbsfähig und erfolgreich zu positionieren. Im Rahmen dieser strategischen Ausrichtung wird der Fokus auf den Produktionsstandort *Rosenthal am Rothbühl* in Selb gelegt. Arcturus plant, mehrere Millionen Euro in eine neue Fabrikanlage zu investieren. In den kommenden Jahren wird der Standort umfassend renoviert und umstrukturiert, um eine neue, hochmoderne Produktionsstätte zu schaffen.

Zudem soll in Selb ein erlebnisreiches „Porzellan-Dorf“ entstehen, das auch den Tourismus in der Region fördern wird. Die Produktion am Werk Thomas am Kulm in Speichersdorf wird voraussichtlich bis Ende 2026 weitergeführt, allerdings mit rückläufigen Volumina. Danach wird der Standort ausschließlich für die Logistik des Unternehmens genutzt.

Faktoren wie ein verändertes Konsumverhalten, die Transformation des Einzelhandels, eine herausfordernde Marktsituation sowie hohe Lohnkosten in Deutschland stellen in Kombination mit rückläufigen Verkaufszahlen eine erhebliche Belastung für Rosenthal dar. Infolgedessen verzeichnen die Produktionsmengen des Porzellanherstellers seit vielen Jahren einen Rückgang.

„Die Überkapazitäten der Rosenthal-Fabriken, kombiniert mit niedrigen Erträgen und hohen Arbeitskosten, führen zu signifikanten finanziellen Verlusten an den Standorten,“ sagt Gianluca Colonna, CEO von Rosenthal. „Diese Ineffizienzen erfordern es, die Betriebsabläufe des Unternehmens zukünftig zu optimieren.“

Die Entscheidung, den den Produktionsstandort *am Rothbühl* zu erhalten und zu modernisieren, basiert auf drei zentralen Faktoren: Zum einen die Nähe zum Hauptsitz in Selb, die eine enge Vernetzung mit der Unternehmenszentrale ermöglicht. Das Gebäude der Hauptverwaltung gemeinsam mit dem Rosenthal Outlet Center und dem neuen Werk sollen das Zentrum des künftigen „Porzellan-Dorfs“ werden. Zum anderen spielt das historische Gebäude eine entscheidende Rolle – 1967 von Walter Gropius erbaut, ist es nicht nur ein bedeutender Teil der Unternehmensgeschichte, sondern auch ein wertvolles architektonisches Erbe. Schließlich bietet die Möglichkeit, staatliche Subventionen für die Renovierung des Gebäudes zu erhalten, einen weiteren wichtigen Anreiz.

Die Neuausrichtung bringt einen Stellenabbau mit sich. Rosenthal verhandelt in der nächsten Zeit mit dem Betriebsrat über einen Sozialplan, um die Auswirkungen des Personalabbaus durch Pensionierungen und Rentenüberbrückungen möglichst gering zu halten.

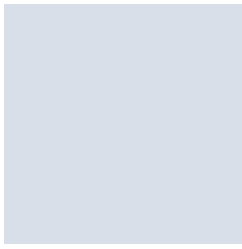
„Wir müssen uns den Herausforderungen der Zeit anpassen, wie es bereits viele andere Marken getan haben“, sagt Colonna, „Es ist entscheidend, dass die Arcturus Gruppe weiterhin an die Zukunft von Rosenthal glaubt und bereit ist, weiter in das Unternehmen sowie in eine hochwertige, neue und effiziente Produktion „Made in Germany“ zu investieren. Dank der

Umstrukturierung sind wir gut für eine erfolgreiche Zukunft von Rosenthal aufgestellt.“

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