

Armaturenhersteller Oventrop feiert 150. Geburtstag

Marktposition ausgebaut

Oventrop wurde nicht nur vor 150 Jahren gegründet, sondern befindet sich seitdem auch in Familienbesitz. An den Start gegangen ist der Firmengründer Arnold Oventrop mit einer Messingwarenproduktion. Seine Nachfahren bieten heute ein Armaturen- und Regler-Programm für die Haustechnik an, das rund 3500 Lagerartikel umfaßt.

Ein rundes Firmenjubiläum kann Oventrop – Hersteller von Armaturen, Reglern und Systemen für die Haustechnik – in diesem Jahre feiern: Vor 150 Jahren wurde das im Hochsauerland ansässige Unternehmen durch Arnold Oventrop gegründet. Das Fertigungsprogramm der Firma „Arnold Oventrop & Co. Messing- und Bronzewarenfabrik“ zu Altena“ beruhte auf kupferhaltigen Werkstoffen und umfaßte zu Beginn Messingwaren wie Beschläge für Möbel, Türen und Fenster. In den Folgejahren vergrößerte sich das Unternehmen wobei ab 1871 die Firma von den beiden Söhnen des Gründers, Friedrich Wilhelm und Adolf Oventrop, geleitet wurde. 1906 führt Friedrich Wilhelm Oventrop die Firma unter dem Namen „F. W. Oventrop Arn. Sohn“ als Alleininhaber weiter. 1952 treten die Familien Fähnrich und Rump als Gesellschafter ein. 1988 wird Georg Rump geschäftsführender Gesellschafter der damaligen „F. W. Oventrop KG“. Heute beschäftigt das in Olsberg ansässige Unternehmen rund 800 Mitarbeiter und setzte im Jahr 2000 rund 195 Millionen DM (netto) um. Wachstumsmotor war und ist das Exportgeschäft (35 % Umsatzanteil), wobei der Vertrieb über Tochterfirmen und Vertretungen in den jeweiligen Ländern läuft.

Marktposition gefestigt

Basiswerkstoffe der Armaturen sind Rotguß und Messing, die in den eigenen Werken gegossen bzw. gepreßt und weiterverarbeitet werden. Um auf Marktveränderungen rasch reagieren zu können, wurde ergänzend mit dem Aufbau einer eigenen Kunststofffertigung begonnen. Oventrop will sich mit diesem Schritt in gewissen Kernbereichen eigenes Know-how aufbauen bzw. sichern. Wie aktiv das Unternehmen in bezug auf



150 Jahre ist Oventrop im Familienbesitz. Wenn es nach dem geschäftsführenden Gesellschafter Georg Rump geht, soll es auch so bleiben

Produktneuheiten und -innovationen ist, zeigt der umfangreiche Katalog: mittlerweile sind dort rund 3500 Artikel gelistet, deren Lieferbereitschaft – laut Geschäftsführer Georg Rump – bei 99 % liegt. Damit die Kunden angesichts dieser Vielfalt den Überblick nicht verlieren, wurden die einzelnen Produkte sinnvoll vernetzt und zu Systemen zusammengefaßt. „Systemtechnik“ und „Problemlösungen“ sind dabei zwei zentrale Schlagworte, die bei der Gestaltung von Produktpräsentationen, Verkaufs- und Bestellunterlagen etc. einfließen. Eine weitere Besonderheit bei Oventrop ist der hohe Stellenwert des Produktdesigns, wofür man zahlreiche Auszeichnungen einheimen konnte. Unter gutem Design wird übrigens nicht nur die ästhetische Qualität,

sondern vor allem auch der praktische und soziale Gebrauchswert für die Produkte verstanden. Diese und weitere Faktoren – wie z. B. das Bekenntnis zum dreistufigen Vertriebsweg, das man mit der Handwerkermarke untermauert – haben mitgeholfen, daß es Oventrop nach eigener Einschätzung im Jahr 2000 in Deutschland gelungen ist, die Position der Nr. 3 im Thermostatventilbereich durch den Zugewinn von Marktanteilen weiter auszubauen. Man darf gespannt sein, welche Produkt- und Marketingideen die ehrgeizigen Hochsauerländer noch im Köcher haben. JW



Marketingleiter Werner Dickmann kündigte im Rahmen eines Pressegesprächs zur ISH 2001 interessante Produktinnovationen an