



Jubiläum ohne Feier: 100 Jahre Keramag

Vom Trinkbrunnen bis Joop

Anlässe für große Feiern sind in der Branche zur Zeit dünn gesät. Um so erfreulicher ist die Bilanz der Keramag AG. Die Keramischen Werke in Ratingen feiern in diesen Tagen ihr 100jähriges Firmenjubiläum. Die SBZ gratuliert und läßt einige Meilensteine der Sanitärgeschichte Revue passieren.

Etwas bescheidener als mancher Mitbewerber begeht Keramag sein rundes Firmenjubiläum. Der runde Geburtstag fällt in eine unruhige Zeit, in der die Geschäftsergebnisse, bis auf wenige Ausnahmen, für die Branche wenig zufrieden stellend sind. Diesen Vorzeichen gehorchend müssen Mitarbeiter und Vertriebspartner trotz eines Jahresüberschusses von 16,3 Millionen Euro im letzten Geschäftsjahr auf Festivitäten verzichten. So bescheiden, wie sich der Marktführer – wie Keramag sich gern selbst bezeichnet – in

diesen Tagen gibt, so imposant gestaltete sich sein Messeauftritt zur diesjährigen ISH. In seiner hundertjährigen Geschichte hat der Keramikhersteller zahlreiche Entwicklungen eingeleitet und wie kaum ein anderes Unternehmen das Badezimmer geprägt.

Gute Geschäfte mit „Geschäften“

Die Geschichte der Keramischen Werke ist eng verbunden mit der Geschichte der sanitären Einrichtungsgegenstände, speziell mit der des Klos. Ende des 19. Jahrhunderts wird in England das sogenannte „Water Closet“ erfunden, und schon bald steigt die Nachfrage nach diesem „Luxus“ im Badezimmer. Um die Jahrhundertwende wird das WC in Deutschland sogar gesundheitspolitisch vorgeschrieben. Es sind dann aber wieder die Engländer, die sich in diesem Bereich als Gründer von Keramag in Deutschland hervortun. Um die hohen Einfuhrzölle für Fertigwaren nach Deutschland zu umgehen, gründeten Thomas W. Twyford, Alfred Johnson und seine Vetter, die Gebrüder Johnson, 1903 in Ratingen, Wesel und Flörsheim Feuerzementfabriken. Bis zum Ausbruch des ersten Weltkrieges wurden in Ratingen bereits 550 und in Wesel 400 Arbeiter beschäftigt. Infolge kriegsbedingter

Zusammenlegung der drei britischen Fabriken wurden 1917 die Keramischen Werke gegründet und erhielten bereits ein Jahr später den noch heute gültigen Namen Keramag Keramische Werke AG.

In den 20er Jahren konnte eine starke Position innerhalb der sanitärkeramischen Industrie aufgebaut werden, die mit einem



Blick in die Produktion der Dreißiger Jahre



Der große Waschtisch läßt sich auch gut für die „kleine Wäsche“ nutzen: Waschtisplatzlösung aus dem Jahre 1939

Luxus-Badezimmer aus Feuerton ▶



florierenden Exportgeschäft verbunden war. In dieser Zeit setzt sich ein aus Amerika kommendes neues Material „Vitreous China“ durch. Nach langen Versuchen gelingt es Keramag, die neue Masse weiterzuentwickeln. Unter der Bezeichnung Keravit-Sanitärporzellan wurde es auf dem internationalen Markt bekannt. Zwischenzeitlich gehörte Villeroy & Boch eine 30prozentige Beteiligung an Keramag, die aber im Jahre 1935 von der Familie Walker (Whisky) sowie durch Thyssen übernommen worden ist.

Die Nachfrage nach sanitärkeramischen Produkten bleibt auch während des 2. Weltkrieges auf einem hohen Niveau. Als das Gebäude der Hauptverwaltung in Bonn Ende 1944 durch Bomben zerstört wird, zieht die Verwaltung Anfang Januar 1945 ganz nach Ratingen um. Schon wenige Monate nach Kriegsende wird die Produktion in den unzerstört gebliebenen Werken in Ratingen und Flörsheim wieder aufgenommen, mit einer Verzögerung von einem Jahr auch in Wesel. Durch Investitionen in Fertigungsanlagen schaffte das Unternehmen schrittweise die Voraussetzungen, um auf dem hart umkämpften Markt zu bestehen. Wichtig hierfür war auch eine Sortimentspolitik, die schon früh auf ein modernes und funktionales Design ausgerichtet war.

Von Preciosa bis Joop

Läßt man die Produkte und Kollektionen der Keramische Werke Revue passieren, so zeigt sich die ganze Bandbreite des Sanitärdesigns. Historische Fotos zeugen von dem Einfallsreichtum der Produktentwickler: Außer Klosetts, Spülkästen, Bidets, Ausgüssen, Spül- und Waschtischen umfaßte das Produktprogramm auch Trinkbrunnen und selbst aus heutiger Sicht sehr modern anmutende Urinale mit Schamtrennwänden aus dem Jahre 1917. Der zweiteilige Waschtisch für die „große“ und „kleine“ Wäsche aus dem Jahre 1939 ist authentischer Ausdruck des damaligen Zeitgeistes. Überhaupt erscheint es im Rückblick augenfällig, wie sehr gerade Sanitärgegenstände als Spiegelbild der jeweiligen Zeit bzw. Gesellschaft gewertet werden können. Ein weiteres unübersehbares Indiz hierfür sind die Anfang der 70er Jahre in Mode kommenden Farben, die Ausdruck eines neuen Optimismus, aber auch einer Sehnsucht nach Leichtigkeit und Absetzung vom Traditionellen sind. Das Design hält Einzug ins Badezimmer, und das Kollektions-Prinzip wird geboren. Mit dem Modeschöpfer und Designer André Courrèges entwickelt Keramag eine Kollektion für das gehobene Marksegment. Zahlreiche Kol-



Für die Gäste nur das Beste. Das Programm Visit ist wohl eines der Schönsten auf dem Markt

Die Macht der Marke: Keramag, Kludi und Koralle bieten unter der Marke „Joop!“ ein komplettes Badezimmer an



lektionen, wie etwa Mango, Imago, Matteo Thun, Opus, Renova Nr.1 etc., folgen. Das Sortiment wird immer mehr auf spezielle Zielgruppen zugeschnitten. Heute steht der Wellness-Gedanke ganz oben. Keramag reagierte schon früh mit neuen Produktideen rund um Wanne, Dampfbad & Co. Einen neuen Weg der Produktphilosophie ging Keramag gemeinsam mit Schwesterfirma Koralle und Armaturenspezialist Kludi in der Vermarktung des Joop-Bades unter als starker Konsummarke.

Zahlen, die sich sehen lassen können

Im vergangenen Jahr hat die Aktiengesellschaft mit 571 Mitarbeitern in den Werken Wesel und Haldensleben sowie der Hauptverwaltung Ratingen einen Umsatz von 137,5 Mio. Euro erwirtschaftet. Trotz Umsatzrückgang von 4,7 % haben die Rater das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit auf 24,1 Millionen Euro verbessert. Der Jahresüberschuß stieg von 10,3 Millionen auf 16,3 Millionen Euro.

Das Investitionsvolumen stieg im Geschäftsjahr auf 5,5 Millionen Euro. Zahlen, die sich sehen lassen können. Das Unternehmen gehört heute zur finnischen Sanitec Corporation, die mit 8300 Mitarbeitern und 37 Produktionsstätten Europas größter Hersteller von Sanitärkeramik, Wannen und Duschen ist. In Anbetracht dieser Konstellation und eines noch längst nicht ausgeschöpften Synergiepotentials zeigt sich Keramag Vorstandsvorsitzender Dr. Georg Wagner für das das zweite Jahrhundert der Firmengeschichte zuversichtlich: „Wir ste-



Vorstandsvorsitzender Dr. Georg Wagner: „Wir sind darauf vorbereitet, auch weiterhin Maßstäbe zu setzen“

hen vor neuen Herausforderungen. Das gilt nicht nur für die schwierigen baukonjunkturellen Rahmenbedingungen in Deutschland. Wir sind darauf vorbereitet, auch weiterhin Maßstäbe zu setzen.“ far



Interessenten können die 40seitige Jubiläumsbroschüre „Tradition im Trend“ unter Telefax (0 21 02) 9 16-3 12 kostenfrei anfordern.