

100 Jahre Kaldewei:

# Stahl-Email als Konstante für stilprägende Innovationen



Kaldewei setzte schon früh bei seinen Badewannen und später bei den Duschflächen und Waschtischen auf Design und eine eigene Formensprache als einen zentralen Eckpfeiler seiner Unternehmensphilosophie. Oben links: Classic Unterbauwaschtische, Meisterstück Classic Duo Oval, Duschfläche Scona, rechts: Miena Waschtisch-Schalen, Meisterstück Centro Duo Oval

Die Meisterstück Emerso Badewanne ist in Kooperation mit dem renommierten Star-Designer Arik Levy entstanden und ebenso wie der frei stehende Emerso Waschtisch Teil seiner ersten Badkollektion für Kaldewei.

Die emailierte Duschfläche „Conoflat“ markiert einen Meilenstein in der Designgeschichte von Kaldewei: Das Modell ist die erste komplett bodenebene Duschfläche aus Kaldewei Stahl-Email mit emailiertem Ablaufdeckel.

Der besondere Design-Anspruch und die Faszination der Marke werden auch bei öffentlichen Präsentationen greifbar, wie mit diesem Messestand anlässlich der Fachmesse ISH 2015 in Frankfurt. Er sollte mehrdimensional die Anforderungen an das Bad der Zukunft vermitteln.

Alles über Sanitär- und Badausstattung mit Stahl-Email und das 100-jährige Jubiläum: Kaldewei GmbH (Beckumer Straße 33-35, 59229 Ahlen, [www.kaldewei.com](http://www.kaldewei.com)).

Ziemlich genau 39 Jahre nachdem ein gewisser Carl Louis Krauß aus Schwarzenberg seine erste zum Liegen geeignete Zinkbadewanne auf den Markt brachte, hatte Franz Kaldewei aus dem westfälischen Ahlen 1934 eine viel bessere Idee: Eine Badewanne aus emailiertem Stahl. Sie begründete die Erfolgsgeschichte des heute in Sachen emailierte Badlösungen weltweit führenden Herstellers Franz Kaldewei GmbH & Co. KG. 2018 blickt das Unternehmen auf seine 100-jährige Firmengeschichte zurück.

wieder neu zu erfinden. Dabei ist Kaldewei stets eigene Wege gegangen und hat der Branche mit neuen Ideen wichtige Impulse gegeben. Heute ist das Ahleener Unternehmen mit seinem Dreiklang aus Duschfläche, Waschtisch und Badewanne in Millionen Badezimmern auf der ganzen Welt zu Hause und weiter auf Wachstumskurs. In nunmehr vierter Generation schreibt Franz Kaldewei die Erfolgsgeschichte des Familienunternehmens fort.

## Mut, Weitblick und Pioniergeist

Mit der Erfahrung von 100 Jahren setzt Kaldewei konsequent auf das Material, das zum Markenkern des Unternehmens wurde: Kaldewei Stahl-Email. Mut, unternehmerischer Weitblick und Pioniergeist haben zu wegweisenden Innovationen geführt, die für die erfolgreiche Entwicklung verantwortlich waren. Hinzu kamen strategische Entscheidungen und Investitionen. Dabei ist man seinen Idealen und Werten immer treu geblieben und hat sich seine Unabhängigkeit bewahrt.

Mit neuen Produktionstechniken sicherte man sich die Innovationsführerschaft. So war das Unternehmen der erste Industriebetrieb der Sanitärbranche in Deutschland, bei dem 1972 in der Serienfertigung Roboter zum Einsatz kamen, die für einen computergesteuerten, gleichbleibenden Emailauftrag sorgten. Wenig später nahmen die schnellsten und flexibelsten Pressenstraßen für Badewannen und Duschflächen ihren Betrieb auf.

Dank dieser technologischen Pionierarbeit behauptete man sich im wachsenden, aber dennoch hart umkämpften Sanitärmarkt und konnte seine Markt-

position weiter ausbauen. Ganz gleich, ob tradierte Produkte wie Gusswannen, neue Materialien wie Acryl in den 1970er-Jahren oder qualitativ minderwertige Ware aus dem Ausland, immer wieder galt es, neue Herausforderungen zu meistern, was mit Qualitätsverbesserungen, dem Ausbau der Service- und Garantieleistungen sowie einer Erweiterung der Modellvielfalt durch die Zusammenarbeit mit renommierten Designbüros gelang.

Wachsende Designaffinität der Kunden, ein steigendes Umweltbewusstsein, die zunehmende Globalisierung sowie der Wunsch nach digitalen Lösungen erfordern neben neuen Strategien in der Marktbearbeitung auch eine moderne Ausrichtung der Unternehmensführung. Mit Franz Kaldewei steht die vierte Generation an der Spitze des Familienunternehmens.

„Aus der Vergangenheit lernen, um die Zukunft neu zu gestalten, das ist mein Credo bei der Fortführung des Familienunternehmens.“ Die fortschreitende Internationalisierung und die Digitalisierung hat sich Franz Kaldewei, der seit dem 1. August 2008 das Unternehmen führt, auf die Fahne geschrieben. Und außerdem: den Ausbau des dritten Standbeines, Kaldewei Waschtische aus Stahl-Email.

## Neue Strategien in der Marktbearbeitung und eine moderne Ausrichtung der Unternehmensführung

**Ich stehe für neue Impulse und für eine fortschreitende Internationalisierung und Digitalisierung.**  
FRANZ KALDEWEI, KALDEWEI CEO IN VIERTER GENERATION



**H**ervorgegangen ist das Unternehmen aus einer kleinen Blechwarenfabrik, die eben jener Franz Kaldewei im westfälischen Ahlen 1918 gründete. Bereits Anfang der 1930er-Jahre wendete er sich dem Sanitärmarkt zu und hat ihn in den folgenden Jahrzehnten geprägt. Mutige Investitionen in ein eigenes Emailierwerk und eine eigene Emailschmelze sorgten schon früh dafür, dass Kaldewei seine Produkte entlang der gesamten Wertschöpfungskette selbst herstellen konnte. So schlug 1934 die Geburtsstunde der ersten Badewanne des jungen Unternehmens, die noch aus mehreren Teilen zusammengeschweißt wurde. Kaldewei-Ingenieure arbeiteten weiter intensiv an

neuen Maschinen und Fertigungsverfahren und so wurde in Ahlen 1957 die weltweit erste hydraulische Badewannen-Pressenstraße in Betrieb genommen. Mit ihr konnten Wannen nahtlos aus einer Stahlplatte gezogen werden. Das steigerte die Produktivität erheblich, sodass das Unternehmen der großen Nachfrage gewachsen war, die Ende der 1950er- und in den 1960er-Jahren in Deutschland herrschte.

Erfolgsrezept für den Aufstieg an die Spitze dieses Marktsegments waren mutige Entscheidungen, der stets nach vorn gerichtete Blick und die Kunst, sich immer

## Die gesamte Wertschöpfungskette im eigenen Unternehmen



Das war gewissermaßen das erste „Meisterstück“ (wie Kaldewei heute seine Premium-Produkte nennt): 1934 schlug die Geburtsstunde der ersten Kaldewei-Badewanne, die noch aus mehreren Teilen zusammengeschweißt wurde. Bereits Anfang der 1930er-Jahre wendete sich Franz Kaldewei dem Sanitärmarkt zu, der das Unternehmen bis heute geprägt hat.

Advertorial Text und Fotos: Kaldewei

Die KALDEWEI ICONIC WORLD symbolisiert unverkennbar Geist und Philosophie des Ahleener Unternehmens an der Stelle, wo einst das Gründerhaus stand (kleines Foto). Reminiszenz an die Geschichte: Der gepflasterte Eingangsbereich skizziert den Grundriss des alten Gebäudes.



Von der Emailherstellung über die Stahlverformung bis zur Veredelung:

## Die Geburt einer Badewanne

Stahl-Email, die besondere Verbindung der Materialien Glas und Stahl, hat bei Kaldewei nicht nur eine lange Tradition, sie ist auch zu einer echten Passion geworden, der sich das Unternehmen seit seiner Gründung verschrieben hat. Im Laufe seiner 100-jährigen Firmengeschichte hat der Badhersteller dieses Material und den Herstellungsprozess immer wieder revolutioniert. Heute ist Stahl-Email ein Hightech-Material, das auf der ganzen Welt geschätzt wird.

### Vom Rohstoff zum Email



Von links: Die Rohstoffe für die Emailherstellung stammen aus sechs Kontinenten. Abstich in der Kaldewei Emailschmelze: Dabei wird eine glühend heiße Glasschmelze in kaltem Wasser abgeschreckt. Die Emailfritte, ein Glasgranulat, wird anschließend in der Mühle zu spritzfähigem Emailschlacker verarbeitet.

Kalifornischer Borax, skandinavischer Feldspat, Quarz, Soda: Seit Jahrtausenden sind diese und weitere natürliche Rohstoffe die Bestandteile von Email. Kaldewei hat die Rezeptur immer wieder verfeinert und ist heute der einzige Badhersteller, der sein Email in der eigenen Schmelze selbst produziert, nach einer streng geheimen Rezeptur.

In Trommelöfen entsteht bei Temperaturen von rund 1 300° C aus einer Rohstoffmischung eine glühend heiße Glasschmelze, die in kaltem Wasser abgeschreckt wird. Dabei zerspringt sie in feines Glasgranulat, die Emailfritte, die zusammen mit Wasser und Farbzusätzen in der Mühle zu spritzfähigem Emailschlacker verarbeitet wird.

### Der Wannenrohling aus Titanstahl

Für den Wannenrohling wird ausschließlich hochwertiger Stahl verwendet. Er muss tiefziehfähig und somit verformbar sein, sich aber auch gut emailieren lassen. Im ersten Schritt wird die Platine aus mikrolegiertem Titanstahl auf einer Presse mit bis zu 1 200 Tonnen Druck in ihre endgültige Form tiefgezogen. In der anschließenden, zum Teil vollautomatischen Weiterbearbeitung werden das Ablauf- sowie Überlaufloch ausgestanzt und die Erdungs- und Transportlaschen sowie Nocken für die spätere Fußbefestigung angeschweißt. Lochbohrungen für Haltegriffe, Armaturen oder Whirlidüsen werden individuell per Laser vorgenommen.

Die Kaldewei Badewannen werden mit bis zu 1 200 Tonnen Druck aus einer einzigen Stahlplatine geformt.



### Eine Verbindung für die Ewigkeit

Um Stahl und Email dauerhaft miteinander zu verbinden, wird mithilfe von Spritzrobotern das Grundemail auf den Wannenrohling aufgetragen und bei ca. 850° C eingebrannt. Zwischen dem Stahl und dem Email entsteht dabei eine molekulare Verbindung, die mechanisch nicht mehr zu trennen ist und den gesamten Wannenkörper schützt. Die anschließende Deckemailierung verleiht dem Produkt seine optischen und haptischen Eigenschaften und hohe Widerstandsfähigkeit, die Kaldewei mit seiner 30-jährigen Materialgarantie unterstreicht. Und am Ende der Nutzungsdauer sind die Produkte dank des Einsatzes natürlicher Rohstoffe vollständig recycelbar.

In den sogenannten Kaldewei Umkehröfen wird das Email bei 850 °C eingebrannt.



## Reduktion, Aufwertung, Emotionalisierung als Markeninszenierung

Arndt Papenfuß, Bereichsleiter Marketing bei Kaldewei, über Produktinnovationen, Designikonen, systematische Markenführung, ein konsistentes Markenerlebnis über alle Kanäle und die Digitalisierung

Als Hersteller von hochwertigen Badlösungen aus Stahl-Email rechnet sich Sanitärhersteller Kaldewei zu den erfolgreichsten Marken Deutschlands. Dabei setzt das Unternehmen auf eine unverwechselbare Markeninszenierung, die es als globale Luxusmarke positioniert und mit der es sich eindeutig von der Branche absetzt. Im Interview erläutert Arndt Papenfuß, Bereichsleiter Marketing bei Kaldewei, was die Marke Kaldewei auszeichnet, wie das Unternehmen sicherstellt, dass die Markenstrategie auch international aufgeht, und worin er die größten Herausforderungen hinsichtlich des Themas Digitalisierung sieht.

### Was macht die Marke Kaldewei so stark und besonders?

**Arndt Papenfuß:** Als Anbieter von hochwertigen Badlösungen positionieren wir uns heute eindeutig im Premiumsegment. Mit der konsequenten Einführung von Produktinnovationen und Designikonen ist ein Portfolio aus mittlerweile über 600 Duschflächen, Badewannen und Waschtischen entstanden, das perfekt aufeinander abgestimmte Lösungen für das Projektgeschäft und für private Bauherren bietet. Fundament der Marke ist das selbst entwickelte Kaldewei Stahl-Email, die Verbindung aus robustem Stahl und widerstandsfähigem Email, deren Materialeigenschaften dem Unternehmen eine Alleinstellung garantieren. Die Marke Kaldewei definiert sich aber nicht nur durch das hochwertige Material und schöne Produkte. Die konsequent systematische Markenführung ist seit vielen Jahren ebenfalls integraler Bestandteil der Unternehmensstrategie. Für den einzigartigen Auftritt sorgt eine Markenkampagne, die sich gezielt vom Branchenwettbewerb durch eine optische Höherpositionierung differenziert. Dabei setzen wir auf die drei Prinzipien der Luxuskommunikation: Reduktion, Aufwertung, Emotionalisierung und bieten so heute ein hochwertiges Markenerlebnis, das sich nach innen und außen in allen Touchpoints von Print und Online über Messen bis hin zu Werbung und PR widerspiegelt.

definiert, dass sie international verständlich sind und weltweit ihre präferenzbildende Kraft entfalten können. Mit umfassenden Marken-CI-Leitlinien stellen wir sicher, dass der Markenauftritt mit seinen bestimmenden Markencodes weltweit konsistent umgesetzt wird. Dies ist die notwendige Voraussetzung, um sich zu einer international erfolgreichen Marke entwickeln zu können. Ganz gleich, ob

und zeitlosen Designklassikern avanciert, die dem Bauherrn ein echtes Wertgefühl vermitteln. Wir setzen dabei bewusst auf externe Designer, die uns im Entwicklungsprozess technologisch herausfordern und helfen, die Grenzen des Machbaren immer wieder zu verschieben. Häufig sind externe Designer wirkungsvolle Katalysatoren für echte Innovationen.



Die konsequent systematische Markenführung ist integraler Bestandteil der Unternehmensstrategie  
**ARNDT PAPPENFUSS, KALDEWEI  
BEREICHSLEITER MARKETING**

Sie in New York, in Shanghai oder in Dubai der Marke Kaldewei begegnen: Sie werden uns auf den ersten Blick wiedererkennen.

### Kaldewei kooperiert seit Jahrzehnten mit namhaften Designern. Welche Rolle spielt das für den Erfolg des Unternehmens?

**Arndt Papenfuß:** Die Zusammenarbeit mit renommierten Designern wie Arik Levy, Sottsass Associati, Anke Salomon oder Werner Aisslinger ist entscheidend für unseren Erfolg. In den Jahrzehnten der Zusammenarbeit mit den Designern konnten wir unserem Anspruch, einzigartige Objekte für das Bad zu kreieren, die geprägt sind durch eine vollendete Formsprache, hohe Funktionalität und einen zeitlosen Stil, immer wieder aufs Neue gerecht werden. Inzwischen bestätigen zahlreiche erfolgreiche Produktlinien und über 150 internationale Auszeichnungen den in den 1970er-Jahren eingeschlagenen Weg. Viele Kaldewei Badlösungen sind zu Stilikonen

### Worin sehen Sie die größte Herausforderung bei der Digitalisierung der Branche? Welche Agenda verfolgt Kaldewei hier?

**Arndt Papenfuß:** Die Digitalisierung gehört sicher zu den wichtigsten Stoßrichtungen unserer Markenstrategie. Kaldewei setzt hierbei konsequent auf die Möglichkeiten der mobilen und digitalen Kommunikation. Sie eröffnet zusätzliche Kanäle und Chancen, interaktiv auf die Wünsche der einzelnen Zielgruppen zu reagieren: Für Endverbraucher bedeutet das mehr Inspiration und Orientierung im Prozess der Kaufentscheidung. Bei Badplanern und Architekten steht die Unterstützung im Planungsprozess im Vordergrund und für Installateure die Ausweitung des Service- und Informationsangebotes. Unser Ziel ist es, dem Kundenwunsch nachzukommen, Inhalte schnell und unkompliziert zu jeder Zeit abrufen zu können.

### Welche Bedeutung kommt den Mitarbeitern im Markenbildungsprozess von Kaldewei zu?

**Arndt Papenfuß:** Eine langfristig angelegte Vision für das Unternehmen konkretisiert sich in klaren Unternehmenswerten und letztendlich in unserer Marke Kaldewei. Diese Inhalte und die Bedeutung, heruntergebrochen auf den einzelnen Mitarbeiter, gilt es zu vermitteln. Das sichert eine hohe Identifizierung der Mitarbeiter mit der Marke, die dann wiederum die Marke und das Unternehmen mit hohem Commitment überzeugend nach außen vertreten werden. ◀◀