

*Vom Einsteiger zum Aufsteiger: Unter diesem Motto sieht die Sanipa GmbH ihre bisherige Firmengeschichte. Der Badmöbelspezialist widerlegt zu seinem 25. Geburtstag nach eigener Aussage etwaige Zweifel an der Power mittelständischer Unternehmen. Und daran, ob sie sich im Wettbewerb mit Gruppen und Konzernen weiter behaupten können.*



*Das Sanipa-Führungsteam im Jubiläumsjahr: Friedrich Dürnberger, Gretel Kerth, Horst Unterlandstätter, Dieter Kerth, Ernst-Walter Mündlein und Jürgen Fitzner (v. l.)*

25 Jahre Sanipa

## Mittelstand nicht im Wartestand

**A**m 1. Januar 1976 ging im fränkischen Treuchtlingen ein Newcomer ins Rennen, der sich zunächst ausschließlich auf den Vertrieb von in Österreich produzierten Badmöbeln konzentrierte. Sein Name war und ist zugleich Programm. Heißt Sanipa\* in der Langfassung doch Sanitär-Partner. Die damit ausge-

drückte Treue zur Fachvertriebsschiene gehörte also von Anfang an zu den Eckpfeilern der Firmenstrategie. Was den späteren Erfolg „wesentlich beeinflusste“. Der schlug sich im Jubiläumsjahr im Status des größten deutschen Badmöbelherstellers mit einem Umsatz von rund 100 Millionen DM nieder.

### Kontinuierliches Wachstum

Aber auch Marktführer fangen klein an. Acht Gesellschafter bildeten 1976 das Startteam. Jetzt sind es etwa 470 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Die ersten eigenen Fertigungsschritte erwiesen sich aus heutiger Sicht ebenfalls als überschaubar und leicht beherrschbar. Was 1979 mit bescheidenen drei Möbelserien begann, hat anno 2000 in der Tat ganz andere Dimensionen. Gilt es doch inzwischen, nicht weniger als 10 Spezialprogramme, 10 unterschiedliche Systemlösungen, ca. 80 Frontvarianten, 13 Korpusfarben und diverse Größenangebote produktionstechnisch und logistisch zu managen.

Dieter Kerth, einer der Gründungsväter und als Geschäftsführer sowie Hauptgesellschafter nach wie vor auf dem Chefsessel, zeichnete Mitte September vor über 700



**Heimat-, Stand- und Schaltort:** Im fränkischen Treuchtlingen stehen nach kräftigen Investitionen inzwischen 25 000 m<sup>2</sup> überbaute Fläche auf dem 70 000 m<sup>2</sup> großen Firmengrundstück

\* Sanipa GmbH, Markt Berolzheimer Str. 6, 91757 Treuchtlingen, Telefon (0 91 42) 97 89 78, Telefax (0 91 42) 97 89 90, eMail: [infoline@sanipa.de](mailto:infoline@sanipa.de)

**Rund 20 Millionen DM und zwei Jahre Arbeit investierte der Mittelständler in die nach eigenen Angaben modernste Badmöbel-Fertigung Europas**



Jubiläumsgästen weitere wichtige Stationen der Wachstumschronik nach. Dazu zählen die Produktionsaufnahme im neuen Werk auf dem inzwischen 20 000 m<sup>2</sup> großen Betriebsgelände in Treuchtlingen-Wettelsheim im Jahre 1983 und die Schallmauer von erstmals 300 Mitarbeitern 1990 ebenso wie der Umstand, daß der Badmöbler 1991 – und damit bereits kurz nach der Wende – durch den Erwerb und die folgende komplette Sanierung einer Fertigungsstätte im thüringischen Crossen aktiv zum Aufbau Ost beiträgt. Ebenfalls 1991 macht eine katalytische Abluftreinigungsanlage als markantes Umweltsymbol von sich reden und 1994 erhält das Unternehmen als erster Hersteller seiner Sparte die Qualitätsmanagement-Zertifizierung nach DIN EN ISO 9001. Ein Jahr später hat das neue Werk Crossen Premiere und 1998/99 schließlich kommen Entwicklung sowie Umsetzung eines modernen Produktionskonzeptes in Treuchtlingen als aktuellste Meilensteine in der kontinuierlichen Investitions- und Innovationsgeschichte hinzu.

### **Treppe zum Erfolg**

Der Startschuß zu dem jüngsten Großprojekt fiel mit der Entscheidung, die ausnahmslos auftragsbezogene Fertigung über einen hohen Automationsgrad komplett neu zu organisieren. Die Konsequenzen: Gesamtinvestitionen von gut 20 Millionen DM, eine um rund 2000 m<sup>2</sup> ausgedehnte Produktionsfläche, umfangreiche Um- und Neubauten, eine völlig veränderte Maschinenaufstellung sowie die Einführung fortschrittlicher Technik. Heute verfüge man daher in Treuchtlingen nach eigenen Angaben über die modernste derartige Produktionsstätte in Europa. Das Fazit von Kerth: „Wer behauptet, der Mittelstand sei meist im Wartestand, findet in Sanipa den Gegenbeweis.“

Das gelte auch oder gerade für die Qualitäts- und Umweltverantwortung. Sie werde dem Unternehmen durch zahlreiche Gütesiegel, Zertifizierungen und Auszeichnungen attestiert. Parallel dazu entziehe es sich nicht den gesellschaftspolitischen Aufgaben. „Welche bedeutende Rolle den mittelständischen Unternehmen im Hinblick auf die Schaffung und Sicherung von Arbeitsplätzen zukommt, wird durch Ihre Tätigkeit eindrucksvoll bewiesen“, hieß es extra in der Begründung für die Verleihung der „Bayerischen Staatsmedaille“ an den Sanipa-Chef Ende 1999. Kerth sieht durchaus optimistisch auf das nächste Vierteljahrhundert. Seine Devise: „Zum Erfolg gibt es keinen Lift. Man muß wohl oder übel die Treppe benutzen. Das strengt zwar ziemlich an, hält aber ungemein fit.“ Der Badeinrichter habe in diesem Sinne die feste Absicht, dafür ein gut durchtrainiertes Beizu bleiben. □



**Die Titelseite des ersten Verkaufsprospektes von 1976**