

[← zurück](#)**Traditionsfirma Waechtersbach**

Rettendes Rot

VON CHRISTIAN EBNER

Es ist wohl dieses spezielle Rot, das der Traditionsfirma Waechtersbacher Keramik aus Brachtal im Spessart schließlich doch noch das Leben gerettet hat. "Die Struktur, die Tiefe, der Glanz - das haben die Chinesen bislang nicht hinbekommen", sagt stolz Ingenieur und Geschäftsführer Rainer Mann. Dass es sein Unternehmen noch gibt, ist dem findigen Insolvenzverwalter, dem mutigen Investor und der leidensfähigen Belegschaft zu verdanken.

In den alten, nicht klimatisierten Hallen stehen überall Wagen mit Keramikgegenständen in unterschiedlichen Werkstufen herum: dunkle, noch mit viel Wasser vollgesogenen Rohlinge, die gerade aus der Gussform kommen, bereits einmal gebrannte "Rauware", bereits in Glasur getauchte Kannen, Tassen und Teller - und schließlich fertige, leuchtend bunte Produkte in der Endkontrolle. Durch 28 Händepaare geht ein Kaffeebecher, bevor er in den Handel kommt, erzählt Mann.

Zum Beispiel durch die von Thorsten Schöne, der gar nicht mehr weiß, wie oft er schon um seinen Arbeitsplatz gebangt hat. Mit der Wirtschaftskrise ist die Angst erneut in die Hallen eingezogen, Kurzarbeit für fast alle Beschäftigten die Regel. Doch die Hoffnung haben sie schon aus Gewohnheit nicht aufgegeben. Harte körperliche Arbeit muss der 45-jährige Schöne verrichten, wenn er schwere Gussformen wuchtet und die Rohlinge herausholt. Eine andere Mitarbeiterin tupft auf kleine Schüsseln freihändig 18 weiße Punkte - als "Polka Dots" läuft die Serie ganz gut.

Viele Verkaufsschlager hatte Waechtersbacher 2005 nicht mehr im Portfolio, die Glanzzeit des 1832 gegründeten Unternehmens mit berühmten Designern und Rekordabsätzen war längst vorbei. Die Konkurrenz aus China und anderswo wurde immer schärfer. Die Farbe auf den Produkten von Waechtersbacher war zwar intensiver, im knallharten Preiswettbewerb bei Möbelhäusern und Discountern zählte dieses Argument aber wenig.

Und außer seiner Kernkompetenz Farbe hatte der Betrieb nicht viel zu bieten. 2004 gab es zuletzt einen kleinen Gewinn, danach mussten die Manufakturgründer und Besitzer, die Fürsten von Ysenburg und Büdingen, Verluste ausgleichen. Im Oktober 2005 wurde nach dramatischen Absatz-einbrüchen in den USA Insolvenzantrag eingereicht. Das Verfahren wurde zum Jahresbeginn 2006 eingeleitet, der Heidelberger Anwalt Göran Berger zum Insolvenzverwalter bestellt.

Da war das Unternehmen klinisch tot. "Jeder andere hätte es wohl zerschlagen - das geht einfacher und bringt mehr Geld", sagt der heutige Eigentümer Turpin Rosenthal aus der berühmten Porzellan-Dynastie, mit der er wirtschaftlich aber nicht verwoben ist. Berger wollte das Unternehmen retten. Noch im Januar 2006 entließ er 50 Mitarbeiter, ein Viertel der Belegschaft, die übrigen mussten für weniger Geld länger arbeiten.

Die Suche nach Investoren war schwierig. Nach sieben Monaten wurde wegen fehlender Finanzen die Produktion eingestellt, die Belegschaft musste zum Arbeitsamt. Berger ließ nochmals nach Interessenten suchen - für die ganze Firma oder für einzelne Teile, Verfahren und Markenrechte. Dass mit Turpin Rosenthal ein industrieller Investor aus der Branche gefunden werden konnte, grenzte an ein Wunder.

Der Chef der Thüringer Könitz Porzellan nahm nicht allein das besondere Rot, sondern die ganze Firma. Der Kaufpreis von 450.000 Euro ging zu zwei Dritteln an die Deutsche Bank für die Ablösung der Grundschuld, das andere Drittel wurde für Vergleiche mit ausscheidenden Mitarbeitern genutzt. Die übrigen Gläubiger, meist Vorlieferanten, schauten in die Röhre, verloren aber immerhin ihren wichtigen Kunden nicht. "Wir hätten bereits im Insolvenzverfahren die Verwertung einzelner Firmenteile besser organisieren können", sagt Rosenthal. Das 75000 Quadratmeter große Firmengelände mit ungenutzten

Gebäuden hätte schneller Geld bringen können. Drei Jahre nach Übernahme und ein Jahr nach Ende des Insolvenzverfahrens ist die Umwandlung in ein Gewerbegebiet noch Zukunftsmusik.

Aber es gibt Ideen für neue Produkte und Designs. Einfache Ware soll künftig über die Tochter "Fun Factory" vertrieben werden, das auch in den USA bekannte "Waechtersbacher" hingegen für höchste handwerkliche Qualität stehen. (dpa)

[document info]
Copyright © FR-online.de 2009
Dokument erstellt am 28.09.2009 um 20:03:19 Uhr
Letzte Änderung am 28.09.2009 um 22:05:16 Uhr
Erscheinungsdatum 29.09.2009 | Ausgabe: s

URL: http://www.fr-online.de/frankfurt_und_hessen/nachrichten/hessen/?em_cnt=1979515&em_loc=1234