

---

# arwa aktuell

50 Jahre / 1955–2005

---

## Firmengeschichte

### Die Startphase 1955–1958

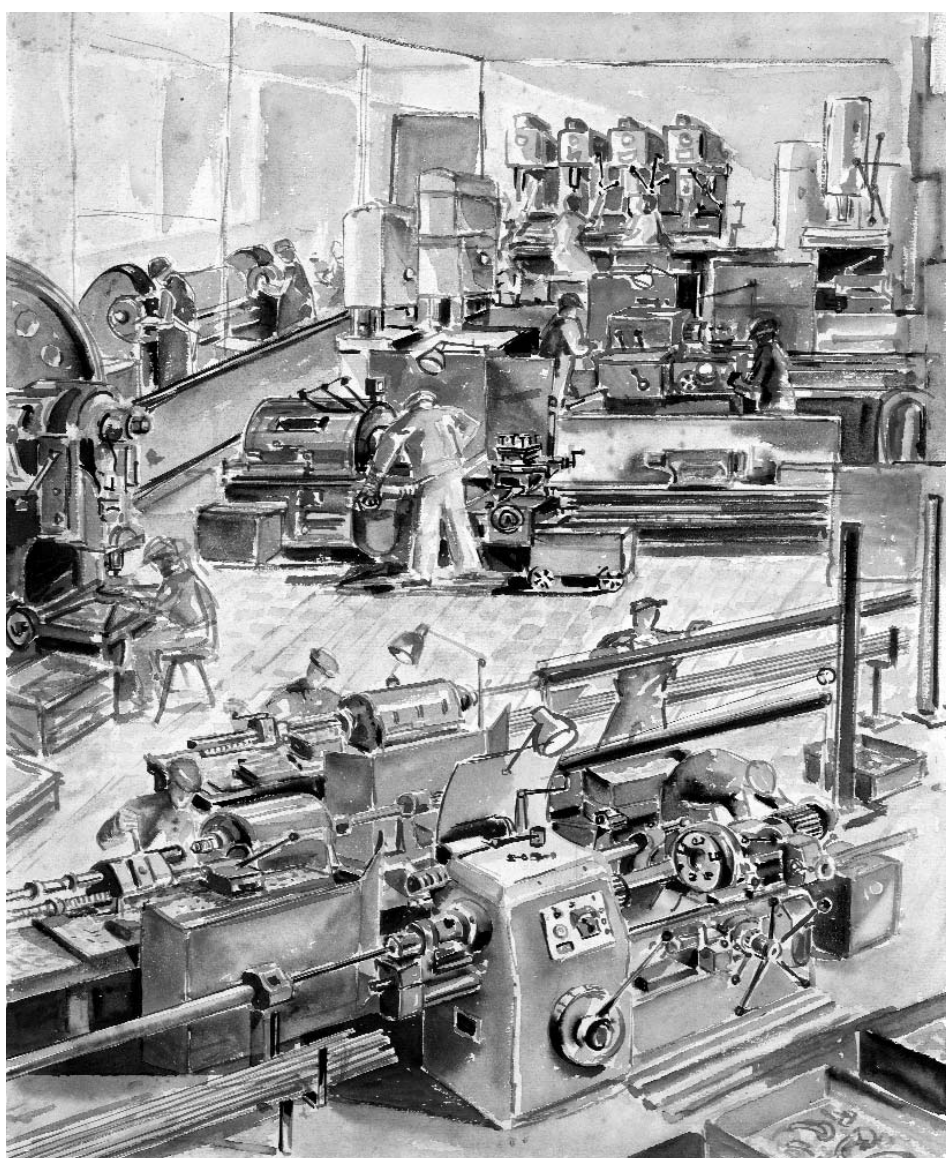
Infolge Armaturen-Knappheit lancierten die Inhaber des Sanitär-Fachhändlers Sabez AG Zürich im Jahre 1953 mit dem arwa-therm eine Armaturenproduktion, welche 1955 zur Gründung der «Armaturenfabrik Wallisellen AG» führte.

### Die Sanierungsphase 1959–1962

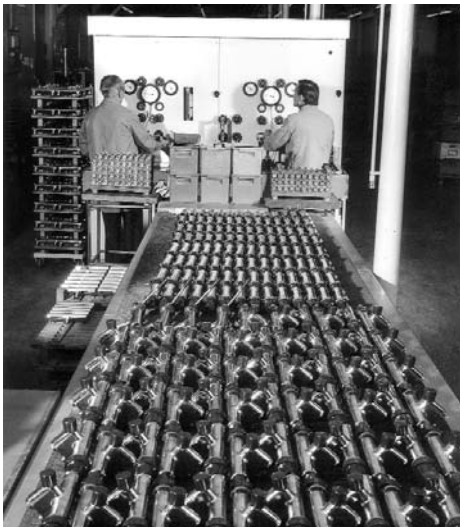
Nach der Übernahme durch den Armaturen-Fachmann A. Egli sen. war vorerst eine Sanierung und Neuausrichtung des Unternehmens nötig. Das gesamte Sortiment wurde in Etappen neu entwickelt. Besondere Merkmale waren die Entwicklung des arwa-typ und die Überarbeitung des arwa-therm.

### Die Konsolidierungsphase 1962–1966

Während dieser Phase konnte sich die arwa breite Anerkennung und Aufnahme in den Verband Schweizer Armaturenfabriken (URS) verschaffen. Innovative Produkte und eine klar ausgerichtete Absatzpolitik verhalfen zum Durchbruch.



*Mechanische Bearbeitung, 1956*



Montage arwa-therm, 1974

### **Phase des raschen Wachstums 1967–1974 und des darauf folgenden konjunkturellen Absturzes der Baubranche in den Jahren 1975/76**

In dieser Phase war das initiative und innovative Verhalten der Firma durch einen ausgeprägten Bauboom begünstigt. Erwähnt sei die Lancierung des arku-tempera in Kooperation mit Kugler SA im Jahre 1968.

1970 verstarb A. Egli sen. nach längerer Krankheit. Seine beiden Söhne Dr. A. Egli (Absolvent der Hochschule St. Gallen) und dipl. Ing. W. Egli (ETH-Absolvent) übernahmen die Nachfolge und setzten neue Zeichen für die Zukunft.

In dieser Phase wurde das Firmen-Konzept «Konzentration auf Badezimmer- und Küchenarmaturen, umfassend und gründlich» geprägt und in Stufen umgesetzt. Ebenso wurde ein modularer Aufbau des Sortiments und ein problemloser, einfacher Service mittels Kompaktkartuschen in die Wege geleitet.

Während die Armaturenindustrie noch bis Ende 1974 voll ausgelastet war und die arwa auch im Dezember noch massiv Überzeit leistete, kündigte sich bereits im Januar ein jäher Umbruch der Bauwirtschaft an. 1975 war in der Branche

ein allgemeiner starker Umsatzrückgang zu verzeichnen, welcher auch in der arwa ein ausgeprägtes Krisenmanagement erforderte. Dank schneller Reaktion und guten Liquiditätspolstern aus der Hochkonjunkturphase konnte die kritische Situation gemeistert werden.

### **Die konjunkturellen Wellenbewegungen ab 1976–1990**

Durch die Initiative der Unternehmen und Branchenverbände geriet die Um- und Renovationsbautätigkeit des Wohnungsbestandes (damals rund 2,7 Mio. Einheiten) sukzessive in Fahrt. Das Renovations- und Ersatzgeschäft gewann progressiv an Bedeutung und kompensierte den Neubaurückgang in erheblichem Ausmass. Heute dürfte dieses in unserer Branche einen Anteil von ca. 70% erreicht haben.

Das konjunkturelle Auf und Ab dieser Periode war für ein KMU eine besondere Herausforderung. Während diverse Konkurrenten ihre Armaturenproduktion einstellten und der Hauptkonkurrent unter deutsche Kontrolle geriet, überstand die arwa diese Periode ohne grössere rezessive Einschnitte.

Nach langer Erfolgswelle des arwa-therm erfolgte 1976 die Lancierung des ersten mechanischen Mischers der arwa unter der Marke arwa-trend.

Im Jahre 1983 wurde auf dem eigenen Grundstück, anstossend an das 1975 eröffnete Einkaufszentrum Glatt, ein Gesamtüberbauungsprojekt erstellt und die erste Etappe realisiert. Dies ermöglichte die Konzentration von zwei Aussenstationen auf dem eigenen Areal an der Richtstrasse.

1984 erfolgte die Lancierung des Erfolgssortiments arwa-twin, geprägt durch funktionales Design und innovative Funktion.

1986 folgte der Keramikscheibenmischer arwa-class, welcher den Kolbenmischer arwa-trend ablöste und zum Hauptsortiment avancierte.



arwa, 2005

### Die 90er-Jahre

In dieser Phase wurden erstmals auch systematische Export-Anstrengungen unternommen. Neben diversen europäischen Ländern wurden primär Küchenarmaturen bis in die USA und nach Asien exportiert.

Diese Export-Anstrengungen mündeten später in Vertriebs- und Entwicklungskooperationen mit bedeutenden Firmen wie Geberit (System-Wassersteckdose), Gaggenau (Vertrieb Küchenarmaturen in Deutschland und Frankreich) und Bulthaup (Entwicklungs- und Vertriebskooperation).

Im Markt Schweiz wurde dem so genannten Basisgeschäft ein neuer Stellenwert verpasst. Gemeint ist damit die systematische Bearbeitung von Grossobjekten im Hotel-/Wohnbau und Klinik-Bereich und damit verbunden die Knüpfung von Kontakten zu vielen bedeutenden institutionellen Bauherren und Bauunternehmern. Eine besondere Stärke entwickelte die arwa im Spitalbereich, in welchem zahlreiche erstklassige Referenzobjekte gewonnen werden konnten. Als heutige «Marke der Architektur» profitiert die arwa von dieser konzeptionellen Arbeit.

Konjunkturell war die Wirtschaftsrezession der beginnenden 90er-Jahre besonders für die Baubranche sehr schwierig. Dank umsichtiger und konsequenter Geschäftspolitik blieben der arwa auch in dieser Phase massive Entlassungen und Restrukturierungen erspart, partielle Einbrüche konnten mit limitierten Kurzarbeitsmassnahmen abgedeckt werden.

### Die Phase der Integration des Kerngeschäfts Armaturen der arwa in die Similor-Gruppe

Fehlende unmittelbare Nachfolge und strategische Überlegungen im Zeichen der rasch voranschreitenden Konzentration und Internationalisierung bewogen die Unternehmer der arwa, mit Similor in Kontakt zu treten zwecks allfälliger Zusammenführung der beiden Schweizer Unternehmen.

Im Verlaufe der Verhandlungen beteiligte sich die Investmentgesellschaft «Madison Private Equity Holding AG» an Similor, und im März 2003 wurden die Transaktionsverträge zwischen arwa und Similor unterzeichnet.

Die Armaturenfabrik Wallisellen hat im Rahmen der Transaktion eine Firmenteilung durchgeführt. Der Armaturenteil wurde ausgegliedert, neu in «arwa AG» umbenannt und in die Similor-

Gruppe integriert, nach wie vor mit Standort Wallisellen. Die verbliebene Firma wurde in «AW AG» umfirmiert und in die Bereiche Immobilien, Engineering (Entwicklung) und Handel gegliedert.

Nach der Überführung einer gesunden Struktur in die Similor-Gruppe wurde die Marke arwa als «Marke der Architektur» neu positioniert. Dies als logische Folge der starken Design-Orientierung und Verankerung im Objekt- und Basisgeschäft.

Im Verlaufe des Jahres 2003 hat die Madison sodann die vollständige Kontrolle der Similor-Gruppe (Similor Kugler SA, arwa AG, Sanimatic AG) übernommen, um diese – primär im Schweizer Markt verankerte – Firmengruppe weiter erfolgreich zu entwickeln, aber auch vermehrt zu internationalisieren.

Die erfolgreiche 50-jährige Entwicklung des Schweizer KMU arwa ist das Resultat einer klaren und konzentrierten Unternehmenspolitik, einer stattlichen Zahl von treuen, gewichtigen Kunden im Bau- und Sanitärmarkt und einer breiten Basis von langjährigen, leistungswilligen Mitarbeitern. Ihnen allen sei Anerkennung und Dank ausgesprochen.

# Die Sortiments- und Design-Entwicklung im Verlaufe der arwa-Geschichte

## Die Startphase 1955–1958

Zusammen mit dem Erfinder Willy Honegger wurde arwa-therm, einer der ersten thermostatisch gesteuerten Mischer für das Bad, entwickelt.



*ur-arwa-therm, 1955*

## Sanierungsphase und Konsolidierungsphase 1958–1966

Nach der Übernahme der arwa durch den Armaturen-Fachmann A. Egli sen. wurde das Sortiment von Grund auf neu gestaltet.

Im Vordergrund stand die Konsolidierung der Erfindung arwa-therm. Kinderkrankheiten mussten behoben werden, und die 1964 abgeschlossene Umkonstruktion in einen Körper mit einem einfach austauschbaren Steuereinsatz, der sämtliche Funktionsteile enthielt, gestattete einen einfachen Service nach dem künftig wegweisenden Patronensystem.



*arwa-therm, 1964*

Im Gegensatz zum Ausland verbreiteten sich in der Schweiz die thermisch gesteuerten Armaturen vor den erst später aufkommenden mechanischen Eingriffmischern. Die arwa setzte in den 60er-Jahren grosse Stückzahlen dieser Armaturen um, und die Marke arwa-therm wurde zum Begriff.



*arwa-typ, 1958*

Erste Ansätze zum funktionalen Design wurden mit dem Zweigriff-Armaturen-Programm arwa-typ geschaffen. Das in Zusammenarbeit mit dem bekannten Architekten und Designer Ernst

Häfeli (Häfeli, Steiger, Moser, Erbauer des damaligen Kantonsspitals, heute Universitäts-spital Zürich) gestaltete Sortiment kennzeichnete sich durch einfache, ergonomische Formen und funktionale Vereinfachungen.

## Die Entwicklung zum Vollsortimenter für Bad, Küche und Clinic in den 70er-Jahren

Ziel der neuen arwa-Führung war das unternehmenspolitische Prinzip der «Konzentration auf veredelte Sanitärarmaturen für Bad, Küche und Clinic, umfassend und gründlich». Eine Folge dieser Leitlinie war die von arwa propagierte Komfortstufen-Konzeption. Diese beinhaltete eine Stufung der Armaturen nach Komfort und Preis:

- Zweigriff-Armaturen
- Mechanische Eingriffmischer
- Hydromaten, d.h. Mischer mit Druckausgleichsautomatik
- Thermisch gesteuerte Mischarmaturen

Dementsprechend wurde 1968 in Kooperation mit Kugler SA das neue Mischsystem des Hydromaten arku-tempera lanciert. Dieser Mischer war unempfindlich auf Druckschwankungen und Druckdifferenzen im Leitungsnetz. Ebenso wurde 1969 der Generalvertrieb Schweiz der innovativen Warmwasser-Umwälzpumpe arwa-Vortex übernommen.



*Konstruktionsbesprechung zwischen  
A. Egli sen. und E. Achermann, 1962*

1976 folgte der erste mechanische Einhebelmischer der arwa unter der Marke arwa-trend. Es handelte sich um einen Kolbenmischer mit einem einzigen beweglichen Teil im Wasser, dem Kolben.



*arwa-trend, 1976*

Ebenso war diese Zeit durch Trends bezüglich Formen und Farben gekennzeichnet. Die blaue und die braune Linie (d.h. Armaturengriffe mit entsprechenden Farben) sind typisch für diese Periode.

### **Verstärkte Design-Orientierung ab 1976**

Bad und Küche erlangten sukzessive einen neuen Stellenwert im Wohnbereich und ästhetische Aspekte stellten sich neben qualitativen und funktionalen Kriterien in den Vordergrund.

Mit dem Konzept «Vier Design-Linien – eine Technik» hat die arwa diese Tendenzen nicht nur aufgenommen, sondern in Frontposition systematisch umgesetzt. Es beinhaltete primär eine Design-Segmentierung für die wichtigsten ästhetischen Ausrichtungen im Markt, war aber auch der Schlüssel zu rationellem Elementbau und damit kostengünstiger Fertigung und einfachem Service.



*arwa-twin, 1984*

1984 erfolgte die Lancierung des Erfolgs-sortiments arwa-twin, geprägt durch funktionales Design und innovative Funktion. arwa-twin erfreut sich bis zum heutigen Tag steigender Nachfrage.

1986 folgte der Keramikscheibenmischer arwa-class, welcher den Kolbenmischer arwa-trend ablöste und zum Hauptsortiment avancierte.



*arwa-class, 1986*

Es entstanden vier Design-Linien:

- arwa-class für den breiten Markt
- arwa-fashion modisch/trendig
- arwa-twin streng funktional
- arwa-prestige exklusiv

Damit verbunden war die Weiterentwicklung der Modularität für rationelle Fertigung und einfachen Service:

Mitte bis Ende der 80-Jahre wurden diese vier Sortimente mit der patentierten «Trigon»-Keramikscheibenkartusche ausgerüstet. Diese beinhaltete eine integrierte Temperatur- und Mengenlimitierung, und das Kartuschen-system gestattete einfachsten Austausch im Servicefall.



Image-Werbung, 2005

Der arwa-clinic, eine modulare Variante des Sortiments arwa-class, ergänzt mit arwa-therm und arwa-tronic, wurde zum Schlüssel der starken Marktposition der arwa im Bereich Spitäler, Altersheime, Arztpraxen sowie auch im Behindertensektor.

- das System Wasserzählung «Unicount»
- das System «Energy» zwecks Wasser- und Energie-Ersparnis

Damit wurde eine breitere Verankerung bei Sanitär-Ingenieuren und -Installateuren erreicht, welche besonders im Grossobjektgeschäft ihre Wirkung zeigte.



arwa-twin, 2005



arwa-twin therm, 1990

### «Produkte und Systeme» – ein starkes Argument ab den 90er-Jahren

Im Zeichen neuer Tendenzen in der Haustechnik erweiterte arwa das reine Produktangebot zum «Angebot von Produkten und Systemen». Im Vordergrund standen:

- das System «Trigon», die besondere Einheitskartusche
- das in Kooperation mit Geberit entwickelte System Wassersteckdose
- die einheitlichen Systeme Unterputz-Armaturen und Wannenfüllkombinationen

### Neuste Akzente im Design-Bereich

Mit dem Sortiment arwa-surf wurden im Jahre 2003 neue Akzente und eine sinnvolle Ergänzung zu arwa-twin geschaffen. Die leichte, geschwungene Linie kann bereits heute breite Erfolge verzeichnen.

Zudem wurde 2005 der arwa-twin erneut überarbeitet und dem aktuellen Trend zum reduzierten Design angepasst.

Abgerundet wird diese ausgeprägte Design-Orientierung durch das an der Swissbau lancierte und im Herbst 2005 lieferbare Sortiment arwa-quadrige.

Damit konnte das Profil der «Marke der Architektur» weiter verstärkt werden.

Trotz der Vielzahl von Produkten und Systemen mit ausgeprägter Design-Orientierung, welche die 50-jährige arwa-Geschichte kennzeichnen, wurde am Kernprinzip der Unternehmenspolitik festgehalten:

«Armaturen für Badezimmer und Küche – umfassend und gründlich.»



arwa-quadrige, 2005