

Mehr als 100 Jahre SAHM – Gläser für Marken. Exakt 100 Jahre Bierglas-
malerei im Westerwald. Und exakt 100 Jahre Villa Sahm. In Höhr-Grenz-
hausen wurde eine Erfolgsgeschichte geschrieben: Aus einem Ein-Mann-
Unternehmen hat sich über vier Generationen hinweg ein Global Player
entwickelt, der (weltweit) zu den wichtigsten Partnern der Getränkeprodu-
zenten gehört. Das vorliegende Buch beschreibt den Aufstieg des Familien-
unternehmens aus bescheidenen Anfängen. Es geht um die Leistungen der
Familie Sahm und ihrer Mitarbeiter. Angefangen von der Gründergeneration
um Emil Sahm bis hin zur vierten Generation, die heute die Verantwortung
für die Zukunft der Unternehmensgruppe trägt. Die geschichtlichen Rah-
menbedingungen des unternehmerischen Handelns werden beleuchtet und
dargestellt. Das Werk zeigt auf, mit welcher Dynamik das Unternehmen und
seine Mitarbeiter die Katastrophen der deutschen Geschichte im 20. Jahr-
hunderts und die wichtigsten jeweiligen Aufgaben ihrer Zeit gemeistert ha-
ben. Schließlich benennt es auch die Entscheidungen, die dazu führten, dass
SAHM heute eine weltweit erfolgreiche Unternehmensgruppe ist.

ISBN-10: 3-926075-12-0

108 JAHRE **SOHM** GLÄSER FÜR MARKEN DIE CHRONIK 1900 - 2008

108
JAHRE

SOHM
GLÄSER FÜR
M A R K E N

DIE CHRONIK
1900 - 2008

Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....0
SAHM im 21. Jahrhundert.....0
Die Familie Sahn.....0

1900 - 1945

Die erste Generation:

Die Anfänge des Unternehmens
Emil SAHM zwischen Kaiserreich
und zweiter Nachkriegszeit0

Gründerjahre und Industrialisierung:
Die Unternehmensgründung.....0

Rasche Expansion:
Das Unternehmen SAHM
vor dem Ersten Weltkrieg.....0

Harte Zeiten:
Erster Weltkrieg und Inflation.....0

Exkurs:
Standort Westerwald.....0

Die Erweiterung der Produktionsanlagen.....0

1946 - 1969

Die zweite Generation:

Neubeginn im Zeichen
des Wirtschaftswunders.....0

Schwierige Startbedingungen
nach dem Zweiten Weltkrieg.....0

Die Währungsreform.....0

Wettbewerb um Kunden
und Lieferanten.....0

Exkurs:
Der Mensch im Mittelpunkt:
Kurt Sahn und Willy Völkel.....0

Die Kugelbude:
Emil SAHM und die Leuchtreklame.....0

Exkurs:
Dekortechniken im Überblick.....0

Bauliche und technische Anpassungen:
Der Ausbau von Emil SAHM.....0

1970 - 2003

Die dritte Generation:

Expansion und Konsolidierung.....0

Eine neue Generation.....0

Starker Partner:
Die Kooperation mit Rosenthal.....0

SAHM und die Renaissance
der Bierseidel.....0

Verbessertes Design.....0

Der Vertriebsaufbau.....0

Veränderungen und Anpassungen:
Trends in der Brauereindustrie.....0

Der Mauerfall:
Neue Chancen im Osten.....0

Der Aufbau der Marke SAHM.....0

Optimierte Logistik –
das Hochregallager.....0

Auf der Höhe der Zeit:
Technische Entwicklungen.....0

Ideengeber der Branche.....0

2004 - 2008

Die vierte Generation:

Märkte der Zukunft - Herausforderungen
im Zeichen der Globalisierung.....0

Veränderungen und Anpassungen:
Trends in der Getränkeindustrie.....0

"Follow the Customer":
SAHM und die Globalisierung.....0

Der Vertrieb und das Glasdesign.....0

Events und Sponsoring:
Der World Beer Cup, das World Beer
and Drinks Forum, die Sommertage
Getränkewirtschaft, Rhein-in-Flammen.....0

Investitionen in neue Technologien.....0

Ein starkes Team -
das Management der Firma SAHM.....0

Die SAHM-Chronik in Kürze.....0

Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.....0

Bildnachweise0

Am Anfang stand ein 21-jähriger Mann, der im elterlichen Haus eine Zinngießerei gründete. Heute ist das von Emil Sahm gegründete Unternehmen eine international agierende Unternehmensgruppe mit über 500 Mitarbeitern, einem Jahresumsatz von mehr als 80 Millionen Euro und eine der ersten Adressen für Trinkgläser als Partner der Getränkeindustrie. Dazwischen liegen 108 Jahre bewegte Unternehmensgeschichte mit allen Höhen und Tiefen – eingebettet in die deutsche und europäische Geschichte.

108 Jahre – kein „rundes“ Datum. Zugleich aber sind einige runde Jubiläen zu feiern: 100 Jahre Bierglasmalerei, bis heute das Hauptstandbein des Unternehmens, 100 Jahre Villa Sahm, die den rasanten Aufstieg des Unternehmens symbolisiert. Die 1908 errichtete, mehrfach erweiterte und renovierte Villa Sahm steht für die Kontinuität der Unternehmensgeschichte, für die Verbundenheit der Firma SAHM mit dem Westerwald, mit dem Kannenbäcker Land, mit dem Ort Höhr-Grenzhausen. Trotz aller Globalisierung, trotz aller Internationalisierung, trotz aller erforderlichen Anpassungen an die Herausforderungen der modernen Wirtschaft.

Ein weiteres, wichtiges Datum sind die 60 Jahre, die seit der Währungsreform 1948 vergangen sind. Dabei handelte es sich um eines der „markantesten kollektiven Erlebnisse“ der Nachkriegs-

zeit. Die Reform bildete nicht nur die Grundlage für den wirtschaftlichen Aufbau des westlichen Nachkriegsdeutschlands, sondern steht auch symbolisch für soziale Marktwirtschaft, europäische Integration und Westbindung. Und damit für 60 Jahre Frieden und Wohlstand – eine in der deutschen Geschichte fast unerreichte Zahl. Obwohl das Unternehmen SAHM die Kriegszeit des Ersten und des Zweiten Weltkriegs trotz aller Schwierigkeiten überstanden hat, bildete die lange Zeit des Friedens und wirtschaftlichen Aufschwungs die Voraussetzung für die erfolgreiche Unternehmensexpansion.

Für uns sind diese Daten Anlass zu Stolz und Dankbarkeit. Dankbarkeit vor allem gegenüber den Verantwortlichen und Mitarbeitern, ohne deren unternehmerischen Weitblick der Aufstieg von SAHM nicht möglich gewesen wäre. Dankbarkeit aber auch gegenüber all denjenigen Mitarbeitern, die heute mit ihrer täglichen Arbeit die Grundlage für den weiteren Aufbau des Unternehmens schaffen. Dankbarkeit nicht zuletzt gegenüber den Mitgliedern der Familien Sahm und Völkel, die durch ihre Einigkeit bei wichtigen Unternehmensentscheidungen die notwendige Solidität und Zuverlässigkeit des Unternehmens nach außen bezeugt haben.

Die Jubiläen sind auch Anlass zum Rückblick auf die Unternehmensgeschichte in Form der hier vor-

liegenden Chronik, nachdem die Frau des Firmengründers, Hedwig Sahm, bereits in den 60er Jahren die Anfänge kurz skizziert hatte. Die Chronik zeigt auf, welchen Einfluss allgemeine deutsche Geschichte auf die Geschichte des Unternehmens SAHM ausgeübt hat. Die Überschrift „SAHM - 108 Jahre - Gläser für Marken“ verdeutlicht, welchen Beitrag das Unternehmen für die Trinkkultur in Deutschland und Europa geleistet hat. Eine zentrale Rolle in der Unternehmensgeschichte nehmen die Produkte – Pokale, Seidel, Becher, Krüge

– ein. Hier gilt es aufzuzeigen, welche Veränderungen SAHM als einer der Marktführer bewirkt hat und inwiefern diese Veränderungen gerade in den 70er und 80er Jahren zu einer Expansion des Unternehmens geführt haben. Da SAHM ein Familienunternehmen ist, wird in vielen Kapiteln auf die Familien Sahm und Völkel eingegangen. Das kommt auch in den Hauptkapiteln zum Ausdruck, die sich an den vier Generationen ausrichten, die das Unternehmen aufgebaut haben: Die Gründergeneration um Emil und Hedwig Sahm, die zweite



Abb. 1 Bierglasmalerei der Firma SAHM in den 20er Jahren



Abb. 12 Typischer Arbeitsalltag in einer Zinngießerei der 20er Jahre

Höhr bei Koblenz den Beruf des Zinngießers gelernt. Der in der Rheinstraße ansässige Betrieb arbeitet sehr innovativ, u.a. da der 1864 aus Böhmen zugewanderte Modelleur Reinhold Hanke die traditionelle Fertigungsmethode der Kannenbäcker durch neue Produktionsweisen ersetzt hat. Die reliefverzierten, so genannten „altdeutschen“ Produkte der Firma Hanke, die in Gipsformen hergestellt werden, finden reißenden Absatz; Hanke wird sogar Hoflieferant. Nach und nach übernehmen immer mehr Unternehmen im Kannenbäckerland zwischen Montabaur und Koblenz die neuen

Fertigungsmethoden und stellen das Feinsteinzeug fabrikmäßig her. Emil Sahn macht sich im Alter von 21 Jahren selbständig – als Zinngießer. Der erste „Firmsitz“ der kleinen Zinngießerei ist das elterliche Haus in der Grenzhausener Brunnenstraße. Emil Sahn versieht die in der Region hergestellten Steinzeugbierkrüge mit Zinndeckeln und liefert diese vor allem an Brauereien. Dadurch kommt er auf die Idee, dekorierte Biergläser in sein Sortiment aufzunehmen. Ab 1908 dekoriert er diese selbst - ein neues Geschäftsfeld ist entstanden. Damit beginnt eine mehr als hundert-



Abb. 13 Ansicht der 1920 von Emil Sahn erworbenen „Eulerei Hermann Remy“ in der Brunnenstraße 12

jährige Partnerschaft mit der Brauereiwirtschaft, die das Unternehmen SAHM entscheidend prägte. Emil Sahn hat damit Gespür für Entwicklungen und unternehmerische „Denke“ bewiesen: Durch Urbanisierung und Industrialisierung ist der Bierkonsum im Deutschen Reich dramatisch gestiegen. Immer mehr Brauereien entstehen, die als Abnehmer für die Steinzeugkrüge gewonnen werden. An Bedeutung gewinnen daneben Militärkrüge mit patriotischen und militärhistorischen Motiven. Als weiteres Geschäftsfeld entdeckt Emil Sahn das Versandgeschäft mit Biergläsern. Das



Abb. 14 Mit dem hier abgebildeten Kannenofer der Eulerei konnte Emil SAHM die Bierkrüge erstmals in Eigenproduktion herstellen.

Unternehmen expandiert rasch. Mit Reinhold Ketterer, Fritz Heuser und Peter Weber, die als Zinngießer arbeiten – Weber ist später als Brenner tätig –, zählt der Betrieb seine ersten angestellten Beschäftigten. Nachdem Emil Sahn zunächst allein die Kunden akquiriert, stellt er einen Vertriebsmitarbeiter ein: Den „Handlungsreisenden“ Ernst Remy. Remy erweist sich als tüchtiger Verkäufer und gewinnt zahlreiche Geschäfte und Warenhäuser als Kunden. Die Vertriebsarbeit wird ausgeweitet: Seit 1905 stellt der Betrieb auf der Leipziger Messe aus; in der Folgezeit präsentiert