

300 Jahre Johann Maria Farina gegenüber dem Jülichs-Platz, 13. Juli 2009

Grußwort von Dr. Ulrich S. Soénius, Industrie- und Handelskammer zu Köln und Stiftung Rheinisch-Westfälisches Wirtschaftsarchiv zu Köln

Sehr geehrter Herr Oberbürgermeister,
sehr geehrte, liebe Familie Farina,

300 Jahre Unternehmen Farina, 300 Jahre Unternehmer Farina, 300 Jahre stadtkölnische Geschichte, aber auch 300 Jahre Wirtschafts- und Kulturgeschichte – dieser Anlass führt heute – am Gründungstag – Stadt und Wirtschaft zusammen.

Ich danke Ihnen, Herr Oberbürgermeister, für die freundliche Einladung an die Industrie- und Handelskammer zu Köln, gemeinsam mit Ihnen unserem Mitglied, der Johann Maria Farina gegenüber dem Jülichs-Platz GmbH, zu diesem Anlass hier im traditionsreichen Hansasaal gratulieren zu können. Sehr gerne haben wir diese Einladung angenommen. Ich überbringe die Grüße von Herrn Präsidenten Paul Bauwens-Adenauer und Herrn Hauptgeschäftsführer Dr. Herbert Ferger, die beide heute leider nicht an diesem Festakt teilnehmen können.

Sehr gerne bin ich aber auch persönlich der Einladung gefolgt und gratuliere in Personalunion als Direktor und Vorstand der Stiftung Rheinisch-Westfälisches Wirtschaftsarchiv dem Depositar des Unternehmensarchivs Farina gegenüber und freue mich auf weitere, intensive Zusammenarbeit. Das Unternehmen hat seit der Gründung immer großen Wert auf die Aufbewahrung der historisch bedeutenden Unterlagen gelegt und ist damit anderen ein wichtiges Vorbild für die Pflege von Archivgut in Unternehmen. Das umfangreiche Archiv wurde 1977 an das Rheinisch-Westfälische Wirtschaftsarchiv abgegeben. Im RWWA steht es der Wissenschaft zur Verfügung und zeugt davon, dass 300 Jahre Unternehmensgeschichte auch 300 Jahre Stadtgeschichte bedeuten. Diese spiegelt sich in erster Linie im Stadtarchiv wider, aber seit der Gründung des Wirtschaftsarchivs im Jahr 1906 – eine gemeinsame Gründung von Stadt Köln und IHK Köln – werden die Unterlagen der Wirtschaft dort aufbewahrt. Köln ist die Stadt der Archive – gerade angesichts der Katastrophe vom 3. März diesen Jahres wird dies deutlich. Die über 40 anderen Archive in unserer Stadt können die Quellen des Stadtarchivs nur ergänzen, nicht ersetzen, aber für die kommenden Jahre werden

alle Archive Kölns – wie in der Vergangenheit – an einem Strang ziehen und öffentlich ihren Wert für die Stadtidentität, für die Kultur und den Standort weiter bekanntmachen.

Die Geschichte von Farina gegenüber zeugt davon, dass Marke und Produkt den Standort bewerben können. Gewiss, die Bedeutung Kölns in der europäischen Geschichte ist nicht allein auf das Eau de Cologne, oder wie es wohl richtig heißt, die „Eau de Cologne“, zurückzuführen, aber es ist doch offensichtlich, wie im frühen 18. Jahrhundert europäische Abnehmer das Duftwasser von Köln verehrten und damit immer auch den Produktionsort im Blick hatten. So gesehen sind 300 Jahre „Eau de Cologne“ auch 300 Jahre Standortmarketing, denn der Name „Köln“ wird so – bewusst oder auch unbewusst – in die Welt getragen. Dies findet sich vielfältig im Alltagsleben wieder, aber natürlich auch in vielen kulturellen Zeugnissen. Allein schon die Nachweisung des Begriffs „Eau de Cologne“ in der Literatur dürfte eine nicht zu lösende Aufgabe darstellen. Ein Blick in den Brockhaus von 1908 verrät uns, dass Nachahmungen auch unter „Eau de Mississippi“ hergestellt wurden – wir dürfen von Glück sagen, dass sich Eau de Cologne weitgehend durchgesetzt hat.

Der Name des Produkts und der Name der Unternehmerfamilie sind zwar nicht gerade urkölnischen Ursprungs – seit 300 Jahren stehen sie aber auch für die Weltoffenheit der Kölner Wirtschaft, die sich heute noch durch ihre Internationalität auszeichnet. Nicht nur zahlreiche ausländische Unternehmer wurden und werden hier in Köln und in der Region heimisch, sondern auch viele Kölner Unternehmen sind durch ihre Exportaktivitäten über die Grenzen bekannt. So, wie die katholische Familie Farina Anfang des 18. Jahrhunderts sich – wie viele andere Italiener im Rheinland – niederließ, sind insbesondere in den jüngst zurückliegenden Jahrzehnten Menschen aus über 180 Nationen in der rheinischen Metropole Köln heimisch geworden. Einige von ihnen gründen – wie Farina vor 300 Jahren – ein Unternehmen. Zur Existenzgründungsberatung der IHK kommen Menschen aus allen Kontinenten – sie glauben an ihre Unternehmensidee, ihr Produkt und ihre Marke. Globalisierung ist vielleicht ein neues Schlagwort, aber die Internationalität der Kölner Wirtschaft ist bei weitem keine junge Errungenschaft. Dafür stehen auch Produkte wie das Eau de Cologne bzw. das Kölnisch Wasser, das weltweit gehandelt wird. Innerhalb der für die Kölner Region wichtigen Chemie-Branche ist die „Herstellung und der Handel mit Erzeugnissen und Gegenständen der Parfümerie und der Kosmetik aller Art“ – so lautet der Handelsregistereintrag zum Unternehmenszweck von Farina gegenüber – von den Umsatz- und Mitarbeiterzahlen nicht die bedeutendste Teilbranche, aber für die Standortwerbung ist

ihre Bedeutung sehr viel höher als Zahlen ausdrücken können. Selbstverständlich kann die Stadt nicht mit einzelnen Produkten werben – neben Farina ist ein nach einer Zahl benanntes Duftwasser ja ebenfalls weltweit bekannt – aber angesichts der Gleichförmigkeit vieler moderner Städte ist es überlegenswert, die, modern ausgedrückt, „Unique Selling Points“ – die USP – oder einfacher und mir lieber gesagt, die Besonderheiten unserer Stadt herauszuarbeiten und zu bewerben. Wir haben mit den wirtschaftlichen Leistungen und den Produkten Kölner Unternehmen gewisse Alleinstellungsmerkmale, die die Stadt andernorts bekannt machen. Dazu gehört auch das Kölner Wasser, wobei ausnahmsweise nicht das Produkt der RheinEnergie, auch ein Gutes, gemeint ist.

Eine Erfolgsgeschichte findet – das ist heute immer noch so – Nachahmer. Der Name Farina galt lange Zeit als Synonym für Duftwasser aus Köln. Daher war und ist es auch nicht verwunderlich, dass sich das Unternehmen Farina seit der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts intensiv um die rechtliche Absicherung des Markenschutzes bemühte. Erst mit der Gründung des Deutschen Reichs war es soweit – aufgrund der Vorarbeiten von Johann Maria Farina IV (1809-1880) – wurde im November 1874 das erste deutsche Markenschutzgesetz verabschiedet, die ersten drei in Köln eingetragenen Marken waren dann auch Farina-Marken. Dieses Beispiel zeigt, dass Kölner Unternehmer nicht nur ihre eigenen Interessen im Blick haben, sondern stets in der deutschen Geschichte der letzten 200 Jahre an vorderster Stelle standen, wenn es galt allgemeine Anliegen zu formulieren. Das Unternehmen und die Familie Farina sind in der Tradition der kölnischen Unternehmer, die sich für ihre Stadt und das Gemeinwesen engagiert haben. Einige von diesen Unternehmerpersönlichkeiten leben im Gedächtnis der Stadt durch das neu gestaltete Figurenprogramm, Straßenbenennungen, Baudenkmäler und biographische Forschungen weiter. Dies gilt auch für die Farinas.

Viele dieser Unternehmer engagierten sich in der Industrie- und Handelskammer zu Köln, die keine 300 Jahre alt ist, aber doch schon einen bedeutenden Abschnitt der Farina-Unternehmensgeschichte miterleben durfte. Die französische Besetzung des Rheinlandes brachte in den Jahren nach 1794 nicht nur die allgemeinen Bürgerrechte und die Gewerbefreiheit, sondern auch die Gründung und dann später die amtliche Bestätigung der Handelskammer. Als am 8. November 1797 sich Kölner Kaufleute zusammenfanden, um einen achtköpfigen Handelsvorstand zu wählen, war zwar die Firma Farina nicht vertreten, aber drei Tage später, am 11. November, am Elften im Elften, kursierte das Protokoll unter weiteren Unternehmen, die die Wahl ihrerseits bestätigten, darunter als einziges noch heute

bestehendes Unternehmen „Johann Maria Farina gegenüber dem Jüligs-Platz“. Somit ist das Unternehmen Mitgründerin und das älteste bestehende Mitgliedsunternehmen der IHK, worauf wir natürlich sehr stolz sind. In den folgenden zwei Jahrhunderten haben sich immer wieder Unternehmer aus dem Haus Farina in der Selbstverwaltungsorganisation der gewerblichen Wirtschaft für die Interessen der gesamten regionalen Wirtschaft eingesetzt, auch durch die Übernahme verschiedener Funktionen in der IHK. Zwei Geschichten sind dabei besonders erwähnenswert. Als 1865 Jean Marie Heimann in das Unternehmen Farina aufgenommen wurde, er hatte 1846 eine Anna Farina geheiratet, kam damit ein Urenkel des ersten Präsidenten der IHK, Friederich Carl Heimann, in die Unternehmensleitung. Die Familie Heimann engagierte sich dann auch als Farina-Gesellschafter in der IHK. Über diese Familie wurde der angeheiratete Viktor Langen 1959 Inhaber des Unternehmens Farina gegenüber. Er besaß mehrere Unternehmen in Krefeld und Düsseldorf. Dort wurde er 1968 Präsident der IHK – so dass der Inhaber der ältesten Eau de Cologne-Fabrik, die ihr Produkt auch in Köln herstellen ließ, gleichzeitig als Repräsentant der Düsseldorfer Wirtschaft auftrat. In der Kölner IHK wurde noch nie ein Eau de Cologne-Unternehmer Präsident – bis jetzt zumindest nicht. Der Name Langen lebt übrigens in der Kunstsammlung fort, die auf einer ehemaligen Raketenstation in Neuss zu besichtigen ist.

Die enge Verbindung zwischen Unternehmen und IHK wollen wir heute gerne bekräftigen und ehren. Die IHK Köln verleiht bei besonderen Jubiläen an Unternehmen eine Plakette, abgestuft nach dem Alter des Unternehmens – mehr als Gold gibt es aber nicht. Daher wollen wir erst- und sicher für lange Zeit auch einmalig zusätzlich zum 300-jährigen Bestehen eine Urkunde überreichen, die von Präsident und Hauptgeschäftsführer unterschrieben wurde. Und wir hoffen sehr, dass nicht nur diese Ehrengabe unsere enge Beziehung – die zwischen Unternehmen und IHK sowie zwischen Unternehmen und RWWA – noch lange fort dauern lässt.

Herzlichen Glückwunsch, Ihnen, liebe Familie Farina, und besonders Ihnen, sehr geehrter Herr Farina, zu diesem schönen Anlass und besonders zu den letzten zehn Jahren, die Sie als Geschäftsführer geprägt haben. In diesen wurde mit bewundernswerter Willenskraft das Unternehmen wieder zurück in Familienhand, sichtbar zurück in das Stadtbild und erfolgreich zurück auf den Markt gebracht. Herr Farina hat bewiesen, dass nicht nur neue Marktstrategien, sondern auch die Rückbesinnung auf die Tradition betriebswirtschaftlichen Erfolg versprechen können. Mit der Rückkehr an den Stammsitz sowie mit der Einrichtung

und Unterhaltung des privaten Museums ist es zudem gelungen, den öffentlichen Museen ein Zusatzangebot an die Seite zu stellen. Damit kann sich Köln zweier Produktmuseen rühmen, die allein auf privater Basis funktionieren – auch ein Standortmerkmal, das noch mehr beworben werden könnte. Die Pflege der Tradition ist dabei kein Selbstzweck, sondern dient auch der Erhaltung von Unternehmen und Produkt auf dem Markt. So mancher geschichtsloser Manager kann davon lernen.

Die Industrie- und Handelskammer zu Köln wünscht für die Zukunft dem Unternehmen und den Menschen, die mit diesem Unternehmen verbunden sind, alles Gute und viel Erfolg!