

Riess Kelomat kocht auf kleiner Flamme am heimischen Markt mit

24.01.2011 | 17:42 | Barbara Forstner (wirtschaftsblatt.at)

Klein aber oho: Der Familienbetrieb aus Ybbsitz setzt auf organisches Wachstum.

Alteingesessen wäre eine glatte Untertreibung. Neun Generationen hat das 1550 als Pfannenschmiede gegründete Unternehmen überdauert. Als letzter Produzent von Email-Geschirr in Österreich kocht Riess Kelomat trotz am Geschirrmarkt mit, wenn auch auf kleiner Flamme.

Österreich ist und bleibt für die Firma, die in Ybbsitz ansässig ist, ein Heimspiel: „Hier ist unser größter Markt“, sagt Firmenchef Friedrich Riess. Er kann damit gut leben: „Wir produzieren nach wie vor in Österreich, schaffen Arbeitsplätze und halten die Wertschöpfung im Land.“

2001 hat er von Gruber & Kaja die Kelomat-Markenrechte übernommen: „Für uns war das wichtig, weil wir dadurch Vollsortimentanbieter wurden.“ Zwischen 80 und 100 Mitarbeiter beschäftigt das Familienunternehmen. Es erwirtschaftet rund zehn Millionen € Umsatz im Jahr.

Schwer sei es, Fachkräfte zu finden, sagt Riess: „Wir können niemanden abwerben, weil wir ja die Einzigen sind. Außerdem wollen heutzutage anscheinend alle Bundespräsident werden.“ Mangel bestehe vor allem bei Schlossern und Werkzeugmachern.

„Oma-Geschirr“

Riess wird auch heute noch mit unverwüstlichen „Oma-Töpfen“ assoziiert. Ein Image, das sich schwer abschüttelt lässt. Längst arbeitet der Betrieb mit Designern zusammen, die farbenfrohe, moderne Töpfe und Pfannen entwerfen. 480 verschiedene Varianten umfasst das Sortiment, bis zum Nachtopf: „Ich glaube, der wird als Dekorationsartikel genutzt und nicht seiner ursprünglichen Bedeutung zugeführt“, lacht Riess.

Für die Email-Erzeugung dient Metall als Trägermaterial. Riess kauft bei der Voest. „Hohe Rohstoffkosten belasten uns natürlich sehr. Aber wir müssen die Preise akzeptieren.“ Schwer sei es, Kosten an die Händler weiterzugeben: „Jeder will immer alles billiger haben. Irgendwann wird 'Geiz ist Geil' auf den Lohnzetteln stehen“, sagt der Firmenchef. Einige Millionen € hat er in den letzten Jahren in Modernisierungen gesteckt: Installiert wurde eine Photovoltaik-Anlage, Abwasser- und Lüftungskonzepte wurden überarbeitet. Drei Kraftwerke an der Ybbs machen die Firma unabhängig vom öffentlichen Netz.

US-Markt ist tot

Etwa 15 Prozent der Waren gehen in den Export: „Der amerikanische Markt ist leider seit Jahren tot“, bedauert Riess. Schuld war der hohe Dollarkurs. Auch seien die Amerikaner „keine Paradekunden“, wenn es ums Kochen gehe.

So viele Generationen einen Betrieb über die Runden zu bringen sei „sehr schwer“, meint Riess. Überlebt hat die Firma dennoch: „Vielleicht liegt es daran, dass wir immer auf organisches Wachstum gesetzt, auf Preiskämpfe verzichtet und nicht an der Qualität gerüttelt haben.“