



„Zweifärbiges Email-
Geschirr galt bisher
als nicht machbar.
Wir haben es für Sarah
Wieners Designserie
einfach probiert – und
es funktioniert!“

Friedrich Riess
über die Wünsche der
Starköchin S. Wiener.

Herr Friedrich und die moderne Küche

Von Ybbsitz nach Japan und in die USA:
Das Traditionsunternehmen Riess,
Österreichs letzter Geschirrhersteller,
schafft den Spagat zwischen Tradition
und Moderne. *von Arne Johannsen*

Die Firmenchefs heißen Friedrich und Julian wie auch schon ihre Väter. Und wie ihre Väter, Großväter und Urgroßväter werden auch sie von den Mitarbeitern mit dieser besonderen Mischung aus Respekt und Vertrautheit als „Herr Friedrich“ und „Herr Julian“ angesprochen. „Wir sind wie ein altes Kloster“, sagt Friedrich Riess, einer der drei geschäftsführenden Gesellschafter von RIESS KELOmat, „langsam, konservativ und nicht jeden Trend mitmachend.“ Gemeinsam mit seiner Cousine Susanne und Cousin Julian führt er seit 2001 das Unternehmen in der neunten Generation. Am Werksstandort in Ybbsitz in Niederösterreich wurden schon vor 460 Jahren Eisenpfannen gehämmert. Das ist die traditionelle Seite des letzten verbliebenen österreichischen Geschirrherstellers.

Eine Idee geht um die Welt

Die moderne Seite zeigt sich in der Produktion: Die gerade hergestellte Bratenpfanne ist bereits braun gefärbt, jetzt soll eine Hälfte hellgrün werden. Zweifärbiges Email-Geschirr hat es bisher noch nie gegeben, aber Sarah Wiener und die Designerinnen des Büros „Dottings“ wollten es für ihre neue Designserie so. Also stehen jetzt zwei Arbeiterinnen an großen Bottichen und tauchen jede Pfanne exakt bis zur Hälfte in grüne Emailmasse, einzeln und in Handarbeit.

„Zweifärbigkeit galt bisher als nicht machbar, aber wir haben es einfach probiert, und es funktioniert“, sagt Friedrich Riess.

Auch an der langen Liste der Exportländer zeigt sich die Modernität: Neuseeland, Australien, Japan, Südkorea, Südafrika und die USA befinden sich darauf, die europäischen Märkte sowieso. „Unser Export-Anteil bei Email liegt bei fast 70 %“, sagt Julian Riess, der für Marketing und Vertrieb zuständig ist. Kurios: In Österreich hat Riess mit

seinen rosa, hellblauen und lindgrünen Töpfen und Schüsseln zwar die Hoheit in den Eisenwarenhandlungen am Land, tut sich aber schwer, in den Designshops der kaufkräftigen Städte Fuß zu fassen. Dafür sind die Produkte international gefragt.

Der Türöffner in die weite Welt sind für das Unternehmen vor allem Messen, auf denen Riess regelmäßig präsent ist, sowie eine intensive Nachbearbeitung. „Für den japanischen Markt gibt es eine eigene Homepage“, sagt Julian Riess, „unser puristisches Design kommt dort sehr gut an. Aber natürlich ist das in Asien kein Massenprodukt, die Käufer kommen aus einer schmalen Oberschicht.“ Auch in England finden die Riess-Produkte Anklang. „Die Briten mögen Pastellfarben.“ Deutlich angekurbelt wurde der Export durch die EU. „Wir sind ein klarer Profiteur der EU“, sagt Julian Riess, „früher ging alles nur über Großhändler, jetzt liefern wir in Österreich und Deutschland direkt an den Handel, sogar stückweise.“ In Tschechien schafften es die bunten Töpfe in die Regale des Supermarkt-Riesen Tesco.

Alt, aber gut

Riess – ein modernes Unternehmen in altem Gewand. Denn am Standort Ybbsitz hat sich äußerlich kaum etwas geändert. Die drei Firmenchefs und Drittel-Eigentümer wohnen alle in Sichtweite des Werksgeländes, neben dem es auch Betriebswohnungen und -häuser für Mitarbeiter gibt, als Starthilfe für junge Familien. Produziert wird auf Maschinen, die teilweise 60 oder 70 Jahre alt sind. „Die älteste Maschine, auf der wir noch arbeiten, ist aus dem Jahr 1926“, sagt der Techniker Friedrich Riess stolz. Ist Geiz also doch geil? „Nein, absolut nicht. Der Grund ist, dass diese Maschinen im Wesentlichen die gleiche Leistung erbringen wie moderne Maschinen – bei viel weniger Energieverbrauch.“

RIESS KELOmat ist ein reines Familienunternehmen, das sich mittlerweile in der neunten Generation im Familienbesitz befindet. Seit sechs Generationen wird das Unternehmen unter dem Namen Riess geführt, 2001 wurde der bekannte Hersteller von Schnell-Kochtöpfen Kelomat übernommen. Die RIESS KELOmat GmbH ist österreichischer Marktführer bei Email-Kochgeschirr und der einzige heimische Geschirrhersteller.



Friedrich Riess:
„Qualität der
Mitarbeiter in
Österreich besser.“



Julian Riess
„Unser Exportanteil
bei Email liegt bei
70 %.“

Eine Halle weiter findet sich an der Wand eine Werbetafel für „Riess Emailgeschirr“ aus dem Jahr 1929. Email und E-Mail – die Buchstaben sind dieselben, doch dazwischen liegen 100 Jahre Industrie- und Wirtschaftsgeschichte. Es ist auch die Geschichte des Überlebenskampfes eines Traditionsbetriebs in der einst blühenden Industrieregion entlang der Eisenstraße zwischen den Flüssen Ybbs, Erlauf und dem Hochschwab. Und Riess ist ein Beleg dafür, dass traditionsreiche Betriebe nicht zwangsläufig enden müssen wie der Schwedenbomben-Hersteller Niemetz, der nur durch den Verkauf an einen neuen Eigentümer gerettet werden konnte.

Tradition bringt Erfolg

Österreichs letzter Geschirrerhersteller spürt dagegen Aufwind, er profitiert von der Renaissance des Kochens. Jedes der im Überfluss erscheinenden Kochbücher ist indirekte Werbung für die hochwertigen, teuren Töpfe, Schüsseln und Pfannen aus Ybbsitz. Und seit der Mann das Kochen als Hobby entdeckt hat, ist nicht nur der Herd aus dem Kücheneck in die Mitte großzügiger Wohnküchen gerückt, sondern es wird auch mehr Geld für Kochutensilien ausgegeben. Das spiegelt sich auch in der Riess-Bilanz wider: Seit 2006 ist der Umsatz des Unternehmens auf mittlerweile rund 14 Millionen Euro gestiegen, die Zahl der Mitarbeiter wuchs von 70 auf 110.

Neben Geschirr und Küchenutensilien ist Riess seit mehr als 80 Jahren auch Spezialist für Emailschilder. Produziert wird nach den hohen Qualitätskriterien der EEA (European Enamel Authority), beliefert werden europaweit Unternehmen, Gemeinden, Tourismusbetriebe, Vereine und Einzelpersonen. Auch der Flughafen in Frankfurt am Main zählt zu den Kunden der Schildermacher aus Ybbsitz, die zudem Industriekomponenten herstellen und auf Kunststoff-Spritzguss spezialisiert sind.

Doch vor diesem Aufschwung gab es etliche Tiefen, die Spuren in der Branche hinterlassen haben. Von fünf Email-Verarbeitern in Österreich ist nur Riess übrig geblieben. Marktführer Austria Email – damals eine Tochter der Creditanstalt – stellte bereits 1979 die Produktion ein. In Deutschland sind von einst 28 Mitbewerbern nur noch zwei am Markt.

Auch bei Riess ging es in den 70er- und 80er-Jahren mit den Email-Töpfen steil bergab. Sie galten als überholt, gehörten in Omas Küche und wurden von modernem Edelstahl und Glasgeschirr für die Mikrowelle abgelöst. Das Unternehmen versuchte durch die Zusammenarbeit mit dem bekannten Designer Carl Auböck gegenzusteuern – mit geringem Erfolg. „Die Produkte haben es zwar in verschiedene Museen geschafft, waren für den Markt aber zu unpraktisch“, erinnert sich Julian Riess.

Liebe zum Detail

Die Zukunft des Unternehmens erschien ungewiss, die Familien verzichteten auf ihre Dividenden, die Geschäftsführergehälter wurden gekürzt. Chefsekretärinnen, Dienstwagen und Chauffeure gab es in dem Familienunternehmen ohnehin nicht. „Natürlich haben wir in dieser Phase durchgerechnet, ob sich eine Verlagerung der Produktion nach Tschechien lohnt“, sagt Julian Riess. Doch trotz der höheren Lohnkosten ist man geblieben. „Die Qualität der Mitarbeiter, das ganze Umfeld mit guten Schulen und der HTL in der Nähe, das findet man dort nicht“, antwortet Cousin Friedrich.

The trend is your friend, das gilt nicht nur an der Börse. Mittlerweile ist Kochen wieder modern geworden, wovon das Traditionsunternehmen profitiert. Doch entscheidender für den Erfolg ist der Mut, gegen den Strom zu schwimmen. Während Mitbewerber ihr Händlernetz reduzieren, beliefert Riess jedes Geschäft in Österreich und Deutschland auch mit Einzelstücken. Als andere ihre Sortimente straffen, weitet Riess die Angebotspalette auf 4.000 verschiedene Produkte aus. In einer Zeit, in der andere ihr Lager abbauen, hält Riess 90 % aller Produkte im Regal. „Nur so können wir innerhalb eines Tages ausliefern“, sagt Julian Riess.

Neuseeland trifft Ybbsitz

2001, als andere auf ihre Kernkompetenzen zurückschrumpften, übernahm Riess den Kochtopfhersteller Kelomat. Andere Unternehmen konzentrierten sich auf ihre Key-Accounts – Riess hingegen machte auch kleine Serien. Zu den kleinen Kunden gehörte auch der Erfolgscaterer Attila Dogudan, der für sein Airline-Essen 300 spezielle Schalen wollte. Natürlich lieferte Riess – und freut sich seitdem über mehrere tausend Nachbestellungen von Do & Co.

Die Welt beliefern und trotzdem bodenständig bleiben – dieser Spagat scheint in Ybbsitz gelungen. Während gerade Ware für Neuseeland auf einen Lkw verladen wird, verlassen die Mitarbeiter der ersten Schicht das Werk. Für sie beginnt der Arbeitstag um 5.45 Uhr, um 13.45 Uhr ist Schluss. „Der frühe Arbeitsbeginn war ein Wunsch der Mitarbeiter“, sagt Friedrich Riess, „viele sind Nebenerwerbsbauern und brauchen den Nachmittag für ihren Hof. Und die Mitarbeiterinnen mit Familie sind wieder zu Hause, wenn die Kinder aus der Schule kommen.“ Hinter Friedrich Riess fährt in diesem Moment der Lkw mit den Produkten für Neuseeland vom Werksgelände. «