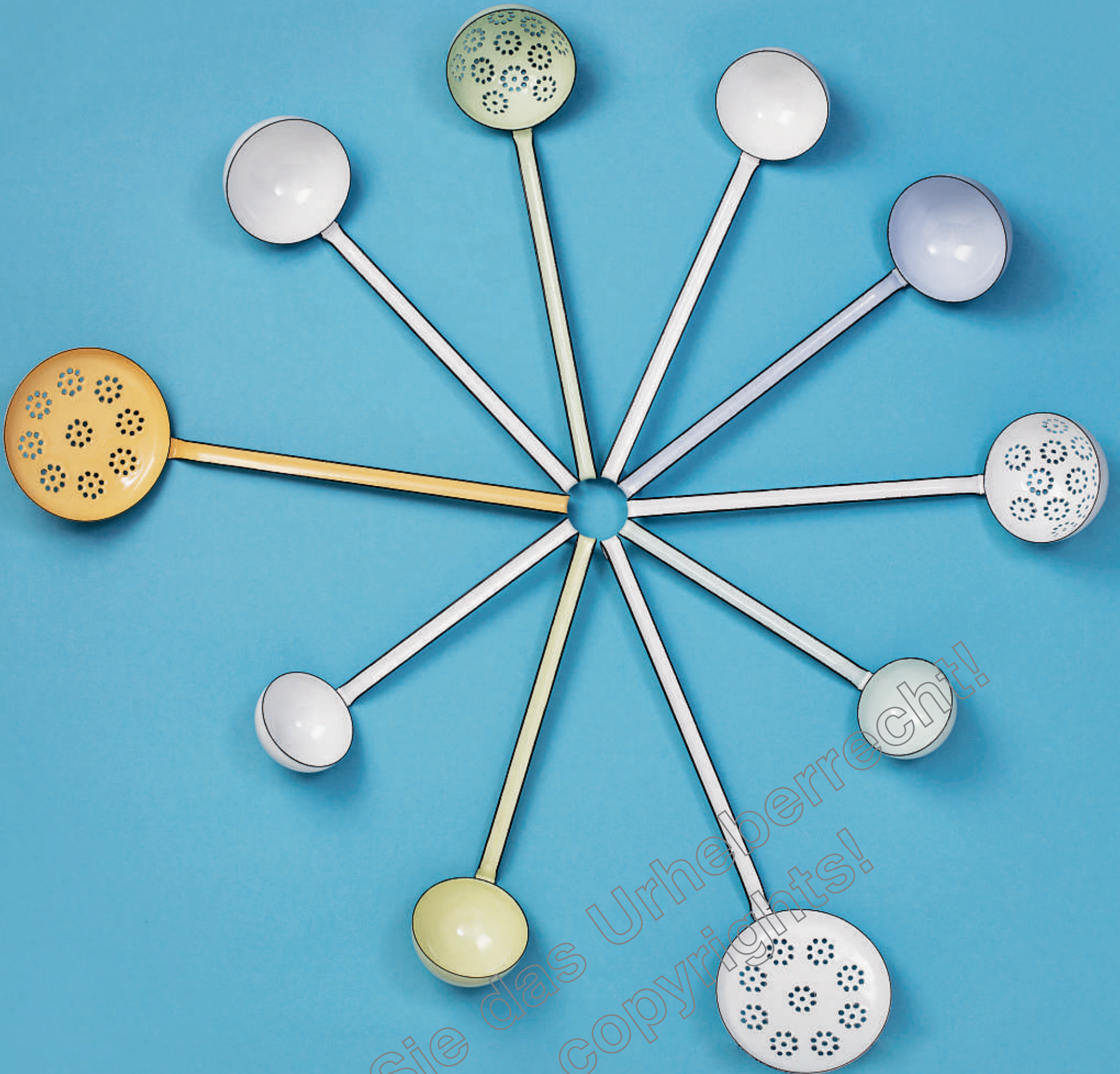


DER STANDARD

RONDO



Schöpfungsgeschichte

Warum Riess-Emaille wieder heiß ist

Beachten Sie das Urheberrecht!
Gläserne Copyrights!



DESIGN

EMAILLE



Beachten Sie die
observe

FÜR DICH

Von wegen nur Töpfe! Die Produkte von „Riess Emaille“ brachten es auf der ganzen Welt zu kultigen Lifestyle-Objekten. Grund genug, der Mostviertler Manufaktur einen Besuch abzustatten. Dort erfährt man Geschichten über emaillierte Nackedeis, Tausendfüßler und die Bedeutung von Design.

TEXT • MICHAEL HAUSENBLAS

An der Wand baumeln Schöpflöffel, Schmalztöpfe und Schnabelhäferln in allen möglichen Farben. Auch den Nachttopf gibt's noch im Schulungsgebäude der Firma Riess, ganz analog ohne Turbo-Flush-Spültechnik. Der Farbenreigen reicht von Lillifee-Rosa über Nil-Grün bis hin zu einem Blau, das an die Fensterläden einer Taverne auf Santorin erinnert. Die Produkte an der Wand bestehen aus Email, pardon Emaile. „Das Aufkommen des Internets samt seinen E-mails bescherte uns so manchen Streich“, erzählt Friedrich Riess mit dem Rücken zu Pfannendeckeln und Flötenkesseln. „Die Leute riefen an und fragten, was denn bitteschön eine E-Mail-Kasserolle sei oder ein E-Mail-Weitling.“ Irgendwann wurde es dem Unternehmen zu dumm, und man beschloss, auf die französische Schreibweise Emaille umzusteigen.

Geleitet wird die Firma in Ybbsitz von Friedrich Riess, seinem Cousin Julian und Cousine Susanne, und das in neunter Generation. Die Wurzeln der Fabrik, die Julian Riess lieber „Manufaktur“ nennt, reichen bis auf das Jahr 1550 zurück. Gut 900 Formen zum Braten, Kochen, Aufbewahren etc. werden angeboten. Mitarbeiter zählt man 130. Exportiert wird bis nach Japan und Neuseeland.

Die Produktion befindet sich einen Steinwurf vom Schulungsgebäude entfernt, vieles entsteht hier noch immer in Handarbeit. Die Hallen wirken wie aus einem Wimmelbilderbuch des großen Industriezeitalters. Beim Eingang liegen aufgerollte

Eisenbänder, die an riesige Klorollen erinnern. Mächtige Maschinen erinnern an Metropolis mit Patina, dazwischen stapeln sich roh gestanzte Gemüsesiebe und Küchenschüsseln. Die Geräuschkulisse reicht von „pling pläng“ über „wusch“ und „zack“ bis „peng“. Aus den Ohren der Arbeiter lugen grüne Ohrstöpsel. „Eine Maschine kann ich kaufen, einen guten Mitarbeiter nicht“, schreit einem Friedrich Riess ins Ohr. „Die Leute müssen sich wohlfühlen. Dem Geschirr ist es wurscht, um welche Uhrzeit es produziert wird, dem Mitarbeiter nicht“, brüllt er weiter, während es im Brennofen neben ihm wummert. Das höllische Ding hat die Maße eines Containers. Durch ein Guckloch fällt der Blick auf eine rot glühende Bratpfanneparade, die sich an Haken hängend durch die Hitze schiebt. Als gäbe es eine Luftleitung zur Sahara, bläst einem ein warmer Windzug um die Nase.

Blubbernde Ästhetik • Ein Stück weiter schweben unter der hölzernen Dachkonstruktion pagodenartige Käfige, in welchen allerlei Behältnisse wie von Geisterhand von einer Station zur nächsten befördert werden. Eine Art himmlisches Förderband. Vor allem in der Masse entfalten die einfachen und archaisch wirkenden Objekte eine unglaubliche Ästhetik. Doch dazu später.

Vorbei an den blubbernden Entfettungswannen lassen sich Arbeiterinnen beobachten, die Pfannen in flüssiger Emaille baden. Apropos Emaille – einfach formuliert funktioniert die Emaille-Werdung ▶

Im Gegensatz zum Email schaut die Emaille auf eine 3500 Jahre alte Geschichte zurück. Hier sind moderne Entwürfe des Duos Dottings (Katrín Radanitsch und Sofia Podreka) zu sehen.

FOTO • Lukas Friesenbichler



- folgendermaßen: Eisen, Quarz, Ton, Feldspat, Borax, Soda und Pottasche werden zu Glas geschmolzen, vermahlen und mit Farbpigmenten in Wasser aufgelöst. Das Eisen wird in Form gebracht und in die Masse getaucht. Nach der Trocknung werden Glas und Eisen im Brennofen bei 850 Grad verschmolzen. Noch einfacher gesagt: Emaille ist Eisen plus Glas.

Die ersten Funde des Materials bringen es auf 3500 Jahre. Es handelt sich dabei um Grabbeigaben aus Mykene. In späteren Kulturen war Emaille vor allem in der Zunft des Schmuck- und Kunsthandwerks angesagt, auch der Juwelier Peter Carl Fabergé verwendete sie für seine Eier. Eine Initialzündung für die industrielle Verwendung bedeutete die Erfindung der bleifreien Emaille im Jahre 1836 durch den Chemiker Adolf Martin Pleischl.

Ursprünglich als Pfannenschmiede gegründet, spezialisierte sich Riess ab 1922 auf hochwertiges Kochgeschirr aus Emaille. „Die Idee der Vorfahren war es, ‚Gesundheitsgeschirr‘ zu produzieren, denn im 19. Jahrhundert war Kochen sehr schadstoffbelastet. Die Töpfe gaben beim Erhitzen problematische Stoffe ab“, erzählt Friedrich Riess, der gern und viel erzählt. Manches berichtet er bestimmt nicht zum ersten Mal, zum Beispiel, dass „uns die Herdindustrie Jahrzehnte hinterherhinkte, denn unsere Töpfe waren von Anfang an induktionsherdtauglich“. Großen Wert legt er auf die Erwähnung, dass seine Firma CO₂-neutral produziert und die Power durch eigene Wasserkraft erzeugt wird. Die liefert die kleine Ybbs, die am Fabriksgelände vorbeiplätschert. Malerisch, würden manche sagen. Auf der anderen Seite des Flusses steht die Werksiedlung, die heute aus 13 Einfamilienhäusern besteht. Stolz blicken die Riess-Cousins über das Gewässer und auf ihre Manufaktur, inzwischen die einzige Emaille-Manufaktur Österreichs. Die letzten Mitbewerber in Österreich sperrten 1978 zu.

Generation statt Quartal • „Es gibt uns noch, weil wir alles anders gemacht haben“, meint Friedrich Riess, dessen linker Hemdkragen mit dem Schriftzug „Riess“ bestickt ist. Auf dem rechten ist „Kelomat“ zu lesen. Das ist jene Marke, die 2001 von der Familie Riess übernommen wurde. „Als die anderen Emaille-Erzeuger aufgaben, setzten Unternehmensberater auf schmale Sortimente, gegen Emotion und auf Masse, auf Quartale statt Generationen. Daran wollten wir als Familie nicht glauben. Einen Ofen kauft man nicht für ein Quartal. Das verhält sich wie bei einem Landwirt. Der pflanzt einen Wald ja auch nicht für sich, sondern für Generationen“, erzählt Friedrich Riess nicht unemotional. Als Draufgabe gibt’s die Info, dass sowohl er als auch sein Cousin und detto die Cousine ohne Dienstwagen und Sekretärin auskämen. Viele Unternehmen

„Auch Nostalgie und eine gewisse ‚Oma-Haptik‘ spielen eine Rolle.“

sprechen heute von Authentizität. Der Riess-Sippe nimmt man sie irgendwie ab, ohne die Sager für reinen Marketingsprech zu halten.

Das Unternehmen hat sich im Gegensatz zu einstigen Mitbewerbern immer als „Tausendfüßler“ verstanden. Was damit gemeint ist, wird in der kleinen Halle hinter dem Trockenofen klar. Hier lagern unzählige Schilder, solche für Hausnummern, auch Verbotstafeln, Firmenschilder und vier typisch blaue Wiener Straßentafeln mit dem weißen Aufdruck „23. Rosa-Tree-Gasse“. „Umso mehr Kreuzungen eine Straße hat, desto mehr Schilder und desto besser für uns“, lacht sich Friedrich Riess buchstäblich



„Polkapots“ heißt die experimentelle und limitierte Serie des Duos Polka (Monica Singer und Marie Rahm). Darunter zu sehen ist die Geschirr- und Emaille-Werdung bei Riess in Ybbsitz, ein Stück Bilderbuch-Industriegeschichte. Ganz unten Julian Riess, sein Cousin Friedrich Riess und die Cousine Susanne Riess (v. l. n. r.). Sie leiten das Familienunternehmen in neunter Generation.



ins Fäustchen. Doch man hat noch mehr im Talon: Riess zeigt unter anderem Ölwannen, Stuhlbein-Verkleidungen und Lampenschirme, welche die Firma für andere Unternehmen erzeugt. Es muss nicht immer ein Töpfchen sein. Es muss auch nicht immer Riess draufstehen, wo Riess drinnen ist.

Die Tatsache, dass Essen heute im Gegensatz zum „Toast-Hawaii“-Zeitalter längst nicht mehr nur Ernährung ist, sondern auch für ein mächtiges Lifestyle-Segment steht, hat zweifelsfrei für noch mehr Aufwind in Sachen Qualitätsgeschirr gesorgt. Hinzu kommen ein gewisser „Nostalgie-Effekt“ und die Sehnsucht nach einer „Oma“-Haptik“ in einer durchdigitalisierten Epoche.

„Design ist essenziell und viel mehr als bloß ein Marketing-Tool.“

Je länger man in der Manufaktur unterwegs ist, desto klarer wird, dass hier nicht nur die Geschichte vom erfolgreichen Überleben eines Familienunternehmens an der niederösterreichischen Eisenstraße erzählt wird. Hier geht es auch um das gelebte Bewusstsein für den Erfolgsfaktor namens Design. Schon früh vertraute das Traditionshaus auf gute Gestaltung. In den 1960er- und 1970er-Jahren entwarf Carl Auböck gestreifte Kugeltöpfe aus Emaille, 2003 wurde der Stardesigner Tom Dixon an der kleinen Ybbs vorstellig. Er war vom Material fasziniert und ließ emaillierte Sitzelemente fertigen. Auch der berühmte Nackedei-Künstler Mel Ramos legte seine Emailleschild-Serie „Pin Up’s“ bei Riess neu auf. Das Wiener Design-Duo Polka entwickelte für Riess „Polkapots“, Töpfe mit vielen Griffen, die an fantastische Tiere erinnern, und seit 2008 designen die Designerinnen Sofia Podreka und Katrin Radanitsch – zusammen Dottings – mehrere Produktlinien für Riess. Mehrere Male war die Firma auch Partnerunternehmen der Vienna Design Week, von der die Cousins große Stücke halten. Da wundert’s auch nicht, dass man sogar im Museumshop des Wiener Mumok Produkte von Riess findet.

Faktor Design • Mit diesem Bewusstsein für Design ist man nicht allein, auch andere Traditionsunternehmen wie J. & L. Lobmeyr, die Wiener Silber Manufaktur oder die Porzellanmanufaktur Augarten kennen den Stellenwert modernen Designs. „Am Anfang hat man uns bezüglich unserer Designaktivitäten belächelt und gemeint, Design und Geschirr seien wie ein Porsche mit Anhängerkuppelung“. Dabei ist sich die Familie auch hier einig: „Design ist essenziell und viel mehr als bloß ein Marketing-Tool. Es geht darum, herauszufinden, was die Themen des Zeitgeists sind. Um Diskurs und Vertrauen. Wir verstehen Design als gegenseitigen Lernprozess“, sagt zur Abwechslung Julian Riess, der in Sachen Redezeit eindeutig den Kürzeren zieht.

Der Führung durch das Werk folgt schließlich die Verabschiedung durch die Cousins und die zwei-stündige Rückfahrt nach Wien, nach der man vor der Auslage eines Haushaltgeschäftes einen Parkplatz findet. In dieser stapelt sich – wie der Zufall es will – fein säuberlich allerlei Geschirr von Riess. Da leuchtet es schon wieder, das Lillifée-Rosa, das Santorin-Fensterladen-Blau und das Nil-Grün. In Gedanken sind auch „pling pläng“, „wusch“, „zack“, „peng“ und die plätschernde kleine Ybbs zu hören. Gut, dass das Geschäft schon geschlossen hat. Wäre sonst vielleicht ein teurer Feierabend geworden. ✕

www.riess.at; www.dottings.com; www.polkaproducts.com