

Friedrich, Julian und Susanne Riess: Emailgeschirr



Bild: (c) Kelomat

In der neunten Generation führt die Familie Riess den Kochgeschirrhersteller Riess-Kelomat. Nach harten Jahren geht es nun wieder bergauf.

11.09.2015 | 16:16 | (Die Presse)

Wien. Wer sich mit dem Sekretariat der Geschäftsführung des niederösterreichischen Kochgeschirrherstellers Riess-Kelomat verbinden lassen will, hat ein Problem. Es gibt nämlich keines. „Wir machen auch in der Geschäftsführung alles selbst“, sagt Friedrich Riess, der mit seinem Cousin Julian Riess und seiner Cousine Susanne Riess die Firma leitet. „Einsparen ist schwierig. Aber wenn man etwas von Haus aus nicht gehabt hat, dann fehlt es einem nicht.“ Daher gibt es bei Riess-Kelomat nicht nur kein Sekretariat in der Geschäftsführung, sondern auch keine Dienstwagen oder anderen „Luxus“, wie Riess meint.

Dieser im Verhältnis zu anderen Firmen spartanische Zugang ist jedoch nicht nur einer gewissen Freude an der Sparsamkeit geschuldet. Denn Riess-Kelomat hat als letzter verbliebener Emailgeschirrhersteller (die Marke Kelomat wurde 2001 dazugekauft) harte Zeiten durchgemacht. „Seit 1980 sind wir allein in Österreich. Und auch in ganz Europa haben seither 28 Firmen aufgegeben. Nun gibt es neben uns nur noch zwei in Deutschland“, so Riess. Grund dafür ist unter anderem die asiatische Billigkonkurrenz, deren Produkte oft nur ein Sechstel des heimischen Qualitätsgeschirrs kosten, sagt Riess.

„Auch uns wurde lange Jahre gesagt, dass wir nicht überleben werden, weil wir zu langsam und zu unproduktiv sind“, so Riess weiter. Dass es das Unternehmen, dessen Ursprünge auf das Jahr 1550 zurückdatieren und das von der Familie Riess in neunter Generation betrieben wird, heute noch gibt, hänge aber genau damit zusammen, dass man sich auch in harten Jahren treu geblieben sei. „Wir sind kein Industriebetrieb, sondern eher eine Manufaktur.“

So profitiert Riess-Kelomat stark von der modernen Retro- und Nachhaltigkeitsbewegung, in der auch jene Emailtöpfe, die man in den 1980er-Jahren zugunsten von Edelstahlgeschirr weggeräumt hat, wieder en vogue werden. „Die Menschen haben heute auch viel mehr offene Küchen. Und da macht sich ein schöner Emailtopf auch wesentlich besser als neutraler Edelstahl“, meint Riess. Damit der aus Großmutters Zeiten bekannte Topf aber nicht mehr so aussieht wie zu Großmutters Zeiten, arbeitet das Unternehmen mit jungen Designerinnen zusammen.

Und auch ein ganz anderer – technischer Effekt – half Riess, ab der Jahrtausendwende wieder auf die Erfolgsspur zurückzukehren. So sind Emailtöpfe optimal für Induktionsherde. „Bei unseren Töpfen wird bei Induktionsplatten so wenig Energie benötigt, dass die Menschen am Anfang einmal alles verbrennen, weil sie zu hoch aufdrehen“, sagt Riess.

Dies führte dazu, dass das Unternehmen allein in den vergangenen sieben Jahren den Mitarbeiterstand von 80 auf 120 erhöhen konnte. Heute verlassen pro Jahr rund 1,5 Millionen Pfanne und Töpfe die Produktion in Ybbsitz. Verkauft wird das Geschirr dabei in 38 Länder auf der ganzen Welt. Der Fokus liegt zwar nach wie vor auf Österreich und Deutschland, aber auch in Korea oder China sind Riess-Töpfe zunehmend ein Statussymbol für die neue Mittelschicht. (jaz)

Unternehmen - Schnellauswahl

[Kontakt](#)
[Produkte](#)
[Blattlinie](#)
[Geschichte](#)
[News](#)
[Mediadaten](#)
[Ausbildung & Jobs](#)
[Projekte](#)
[Akademie](#)
[Werbekampagne](#)

Aus Leidenschaft zum Handwerk.



Alles zur Weiterentwicklung der Werbelinie mit Blick hinter die Kulissen.

Die Presse

Die Presse.com

7

Empfehlen

1

Twittern

0

G+

Drucken

Versenden

Vorlesen

Schriftgröße

Kommentieren

Twittern 1

G+ 0

Empfehlen 7

Drucken

Versenden

Vorlesen

Kommentieren