

# Krise macht Lust aufs Luxusbad

**Laufen.** Renovierungen und Großaufträge treiben den Umsatz des Sanitärkeramik-Spezialisten an

VON SIMONE HOEPKE

Das Geschäft mit Badewannen, Waschbecken und WCs kennt keine Krise. Zumindest nicht bei Laufen, dem österreichischen Marktführer für Bad-Keramik. Im abgelaufenen Geschäftsjahr hat das Unternehmen den Umsatz um 600.000 auf 44,6 Millionen Euro gesteigert. „Viele haben in der Krise in die eigenen vier Wände investiert“, sagt Vorstand Michael Kindl. Und bei Renovierungen wird deutlich mehr Geld ins Bad gesteckt als bei der Ausstattung von Neubauten. „Da schauen die Leute viel mehr aufs Geld.“ Sehr oft leisten sich die Österreicher ein neues Bad aber nicht. Statistisch gesehen alle 17 Jahre.

## Facharbeitermangel

Laufen ist das einzige Unternehmen, das noch in Österreich Sanitärkeramik produziert. An den beiden Standorten Gmunden/OÖ und Wilhelmsburg/NÖ sind insgesamt rund 300 Mitarbeiter beschäftigt. Jährlich werden 400.000 keramische Teile gegossen, der Großteil davon für den österreichischen und deutschen Markt (60 bzw. 20 Prozent). Wilhelmsburg hat sich auf Massenware spezialisiert, Gmunden auf Sonderanfertigungen.

Und diese erfordern Fingerspitzengefühl – vor allem, je größer und gerader die Teile ausfallen sollen. Denn beim Brennen schrumpfen die Teile, „leider aber nicht an allen Stellen im



Gesucht: „Laufen findet zu wenige Fachkräfte, die Industriemaschinen bedienen können und gleichzeitig ein künstlerisches Verständnis haben“, sagt Vorstand Michael Kindl

gleichen Ausmaß“, erklärt Kindl. Er würde gerne noch mehr Arbeiter in der Produktion beschäftigen, „aber wir finden zu wenige, die Industriemaschinen bedienen kön-

nen und gleichzeitig ein künstlerisches Verständnis haben“. Zudem kämen weibliche Mitarbeiter für den körperlich schweren Job des Keramikgießens kaum infrage.

Der Marktanteil von Laufen liegt hierzulande konstant bei 60 Prozent. Zu den großen Neukunden im Projektgeschäft gehört unter anderem die neue Wirtschafts-

universität in Wien. „Besonders stolz sind wir, dass wir den Umsatz in Deutschland 2013 um mehr als 20 Prozent steigern konnten“, sagt Kindl. Freilich ist in Deutschland – wo Laufen sieben Prozent Marktanteil hat – auch noch mehr Luft nach oben.

Laufen ist seit 1999 Teil der spanischen Roca-Gruppe, einem Komplettanbieter für Bäder, der in mehr als 80 Länder der Welt liefert. Die weltweite Nummer eins der Branche gehört nach wie vor der Familie Roca und produziert jährlich 40 Millionen Stück Sanitärkeramik. Im krisengebeutelten Spanien ist der Absatz derzeit wenig rosig. Die Zahl der jährlich neu entstehenden Wohnein-

heiten ist von 400.000 auf 60.000 zurückgefallen. Das spürt auch Roca. Der Umsatz in Spanien ist binnen vier Jahren um 75 Prozent eingebrochen. Das ändert nichts daran, dass in Spanien jeder weiß, wohin jemand geht, der sich mit den Worten „ich schüttel jetzt dem Herrn Roca die Hand“ verabschiedet.

In den Schwellenländern brummt das Geschäft. Marketing-Vorstand Markus Habermann: „In Russland oder Indien müssen unsere Kollegen kein Marketing machen, weil die Nachfrage so groß ist.“ An der Produktion in Österreich werde nicht gerüttelt. Im Gegenteil. In die beiden Werke werden heuer insgesamt 2,5 Mio. Euro investiert.



Maßarbeit: Das Werk in Gmunden fertigt Spezialaufträge



„Made in Austria“: Produktion von 400.000 Keramiktteilen im Jahr

## WETTBEWERB

# Mit fairem Gold gegen wachsende Billigkonkurrenz aus Asien

**Schmuckhersteller.** Der Wiener Goldschmied Skrein setzt ausschließlich auf fairen Handel und Recycling – als Überlebensstrategie

VON ANITA STAUDACHER

Wer trägt schon gerne einen Ring aus „Blutgold“ an seinen Fingern? Reportagen über menschenunwürdige Arbeitsbedingungen und gravierende Umweltschäden in Goldminen scheinen ihre Wirkung nicht zu verfehlen: Immer mehr Kunden, die Goldschmuck kaufen, interessieren sich für die Herkunft des Edelmetalls. Neben diverser Ökolabels – wie „Grünes Gold“ – nahm sich im Vorjahr auch Fairtrade International der Problematik an und kreierte ein eigenes Fairtrade-Goldsiegel. Das Gütesiegel stellt sicher, dass Gold fair abgebaut und gehandelt

wurde. Auch bei den heimischen Schmuckherstellern erfolgt ein Umdenken. Als einer der ersten verarbeitet die Schmuckwerkstatt Skrein in der Wiener Spiegelgasse seit Kurzem nur noch fair produziertes oder recyceltes Gold.

Ziel von Firmeninhaber Alexander Skrein ist es, dass 80 bis 90 Prozent seines Goldbedarfs über zertifizierte Fairtrade-Lieferketten bezogen werden und der Rest mit Recyclinggold von Privatpersonen abgedeckt wird. Um volle Transparenz herzustellen, sollen die Bezugsquellen auf der Homepage für alle einsehbar sein. Bisher wurden 1,5 Kilogramm aus der zertifizierten Lieferkette von

der Sotrami-Mine in Peru bezogen. Das Produktionssystem für den Kleinstbergbau wurde von der britischen Fairtrade-Organisation entwickelt und wird zusätzlich zum Mindestpreis mit 2000 Euro Sozialprämie pro Kilogramm Gold abgezollt. Kinderarbeit ist tabu. „Wir tragen als Schmuckverarbeiter alle Verantwortung für die Umwelt- und Arbeitsstandards in den Goldminen“, nennt Skrein eines seiner Motive für den Umstieg auf faire Gold. Ein anderes ist der Überlebenskampf gegen übermächtige Billigkonkurrenz aus Asien: „Wir müssen uns von den Billigimporten abgrenzen, sonst haben wir

keine Chance“, sagt Skrein. Preismäßig bestehe deshalb kaum ein Unterschied, da pro Schmuckstück ja nur ein geringer Goldanteil verarbeitet werde.

## Nachahmer gesucht

Ziel von Skrein ist es, in der Branche viele Nachahmer in Österreich und Europa zu finden, die ebenfalls auf faire Gold setzen. Nur dann käme die Goldlobby auch unter Druck. Interessenten bietet er kostenlose Beratung an. Die Schmuckwerkstatt Skrein fertigt hochwertige, individuelle Schmuckstücke, etwa Verlobungs- oder Eheringe, und beschäftigt acht Mitarbeiter.

**Alexander Skrein hofft, dass sein Engagement für faires Gold in der Goldschmied-Branche viele Nachahmer findet**



ANITA STAUDACHER