

Standort **38**

November 2014 | Nr. 42

Wirtschaft und Menschen in unserer Region

Fit for Fun & Firma!

Fitness als Baustein
des betrieblichen
Gesundheitsmanagements

Bettina Wieneke

Niederlassungsleiterin Daimler AG Braunschweig

EXKLUSIV-
INTERVIEW

„Wir betreiben eine
Nischenstrategie“

„Gesundes Wohnempfinden“

Edwin Hribek, Vorstand Auro Naturfarben AG, im Interview



Typischer Schwedenhaus-Look: oxidrote, lösemittelfreie Schlamm-Farbe für sägeraue Holzfassaden aus ausschließlich natürlichen Zutaten.

DER NAME AURO STEHT SEIT MEHR als drei Jahrzehnten für bewusstes Wohnen im Einklang mit der Natur. Als ökologischer Hersteller setzt der ökologische Vorreiter der Branche konsequent überwiegend pflanzliche und mineralische Rohstoffe im Herstellungsprozess ein. Die Naturfarben, Holzpflege- und Reinigungsprodukte schützen und verschönern Räume ganz ohne synthetische Lösemittel und Schadstoffe. Standort38 sprach mit dem Vorstandsvorsitzenden Edwin Hribek.

Herr Hribek, wie sah die (Farben-)Welt zu Beginn der 80er Jahre und Gründung Ihres Unternehmens 1983 aus?

Anfang der 70er Jahre war die Idee von einer nachhaltigen und umweltverträglichen Pflanzenchemie für den Farbenbereich gerade am Entstehen und somit weitgehend unbekannt. Das Konzept von Alltagsprodukten, die hauptsächlich aus pflanzlichen und damit nachwachsenden Grundstoffen aufgebaut werden, war vor knapp 40 Jahren seiner Zeit weit voraus. Farben, Lacke und Lasuren basierten fast ausschließlich auf fossilen, also erdöhlhaltigen Rohstoffen. Erst als die Holzschutzmittelskandale in dieser Zeit bis in die frühen 80er Jahren da waren, wollten die Menschen unbedingt ein Produkt zur Holzbehandlung ohne Pestizide bekommen, ohne Insektizide, ohne Fungizide. Und das gab's

einfach nicht. Damals haben wir unsere ersten Produkte für Pflanzenfarben, für die Wandgestaltung hergestellt. Danach Lacke, Öle, Wachse sowie Reinigungs- und Pflegemittel. Die konventionellen Farbenhersteller produzieren nach wie vor mit fossilen Grundstoffen. Jedoch bemühen sich heutzutage viele Unternehmen um ein „grünes“ Image und sind zum Teil auch erfolgreich dank eines enormen Marketingbudgets. Viel geändert hat sich da meines Erachtens nicht, außer eben die Außendarstellung.

Wie sind Sie zur Unternehmensidee „Naturfarben“ gekommen?

Auf die Idee kam der Auro-Gründer Dr. Hermann Fischer während seines Chemiestudiums an der Technischen Universität Hannover. Anfang der 70er Jahre erkannte er, dass ein Karriereweg in der chemischen Großindustrie für ihn nicht infrage kam, und begann sich mit dem Konzept von chemisch-technischen Alltagsprodukten aus nachwachsenden Grundstoffen zu beschäftigen. Dabei spielten nicht nur ökologische Motive eine Rolle, sondern auch sinnästhetische: Synthetische Farben z. B. erschienen ihm zu grell und anonym, konventionelle Lacke schaffen eine künstliche Haptik usw. All diese Aspekte galt es auszubalancieren und gleichzeitig die Zukunftsfähigkeit sicherzustellen. Das ist außerordentlich gut gelungen!

Wie hat sich der Markteinstieg gestaltet?

Gemeinsam mit 24 weiteren Gesellschaftern, darunter einigen Familienmitgliedern wurde von Herrn Fischer das erste Unternehmen gegründet. Wirtschaftlicher Erfolg ließ trotz großem Engagement der Beteiligten etliche Jahre auf sich warten. Erst die großen Holzschutzmittelskandale rückten Fischers Forschungen zu biozidfreien Anstrichmitteln in den Mittelpunkt des Interesses. Da kam der Erfolg. Fischer und seine Frau gründeten das Unternehmen Auro Ende 1983. Ein besonderer Meilenstein war in den 90er-Jahren die internationale Expansion. Für ein kleines Unternehmen hat man sich relativ früh den asiatischen Markt erschlossen. Besonders hervorzuheben ist die Entwicklung völlig lösemittelfreier Produkte für alle unsere Anwendungsgebiete. Das Sortiment ist seit 2000 im Markt und wird sehr gut akzeptiert.

Wie waren anfangs die Kundenreaktionen auf das Thema „Naturfarben“?

Natürlich gab es auch von Anfang an bei einigen große Begeisterung, Farben auf der Basis pflanzlichen und mineralischen Rohstoffen herzustellen. Denn es ist ein großer Artenreichtum in unserer Biosphäre vorhanden. Die Pflanzen bieten als Lieferant immer wieder erneuerbare Rohstoffe, sie lassen sich vielfältig nutzen. Aus Stängeln wird Zellulose



Edwin Hribek, Vorstandsvorsitzender Auro.

gewonnen, aus Blättern Farbstoffe, Wachse von Blattoberflächen, Fette und Eiweiße aus Früchten und Duftstoffe genauso wie Harze aus Blüten. Die Idee kam gut an, die breite Akzeptanz der Produkte benötigte jedoch einige Zeit.

Tendieren die Kunden heute mittlerweile mehr zu ökologischen Farben?

„Gesundes Wohnempfinden“ in Innenräumen ist nicht nur bei den Verbrauchern ein zentrales Thema geworden, das immer mehr Aufmerksamkeit bekommt. Auch Maler und Lackierer sehen unsere Produkte als zukunftsweisend. Das Thema Nachhaltigkeit ist in der Mitte der Gesellschaft angekommen, immer mehr Menschen legen Wert auf gesundes Essen und möchten sich gern mit natürlichen Baumaterialien rund um das Haus wohlfühlen. Da gehören Wandfarben, Öle, Lacke und Lasuren einfach dazu. Und technisch haben die Wandfarben eine hohe Qualität und

erfüllen bereits heute vielfach zukünftige Sicherheitsstandards. Für den Konsumenten wird es zunehmend schwieriger, konsequent ökologische Produkte von konventionellen zu unterscheiden, da sich so gut wie alle Farben mit irgendwelchen grünen Aussagen schmücken. Viele Verbraucher irritiert das zunehmend. Bei uns ist das aber „der“ Markenkern schlechthin, bei Auro-Produkten kann sich der Kunde also völlig sicher sein.

Sie verfügen seit Kurzem über eine neue Bindemittelanlage, für die Sie 1,1 Millionen Euro investiert haben – was ist jetzt anders als vorher?

Die neue Anlage ist ein weiterer konsequenter Schritt in unserer strategischen Ausrichtung. Dem vorangegangen ist der Anstoß zu einem geradezu revolutionären Forschungs- und Entwicklungsprojekt, bei dem es darum geht, Kernbausteine unserer Produkte komplett neu zu definieren. Mit dem Ziel, dass natürliche Farben allerhöchste technische Ansprüche erfüllen und damit denen aus „harter Chemie“ in keinem Punkt nachstehen. Die Entwicklung läuft bisher äußerst erfolgreich, wird uns aber noch einige Jahre begleiten. Mit diesem Schritt können wir neue, leistungsfähigere Bindemittel am Standort selbst produzieren, verlagern Produktivität nach Braunschweig und runden zudem den Know-how-Schutz komplett ab. Eine rundum gelungene Lösung also.

Was schätzen Sie am Wirtschaftsstandort Braunschweig?

Als Unternehmen mit naturwissenschaftlichem Schwerpunkt fühlen wir uns an diesem traditionellen Wissen-



Gemeiner Lein: eine alte Kulturpflanze, die zur Faser- und Öllein-Gewinnung angebaut wird.

schafts- und Forschungsstandort, mit all seinen Institutionen und der Universität, sehr wohl. Das ermöglicht auch gemeinsame Projekte. Hinzu kommt die für ein europaweit agierendes Unternehmen sehr vorteilhafte Verkehrsanbindung. Die relative Nähe zu Nord- und Ostsee, zu diversen Großstädten und auch zum Harz bietet zudem auch privat einen großen Freizeitwert.

Auro wurde 1983 als GmbH gegründet und 1998 in eine AG umgewandelt. Was waren die Gründe dafür?

Die Umwandlung der Auro GmbH in eine AG erfolgte, nachdem ab 1994 so genannte „kleine AGs“ möglich wurden. Diese Rechtsform erfordert kaum mehr formalen Aufwand als eine GmbH, erleichtert jedoch die Aufnahme neuer Anteilseigner. So konnte die Auro AG Aktienpakete an Institutionen aus dem sozialen und Naturschutz-Bereich sowie an Interessenten aus dem Aktienbestand des Gründers abgeben. Weitere Anteile sollen künftig in eine gemeinnützige Stiftung fließen, die das Konzept der „solaren Chemie“ in Forschung und Bildung fördert. Eine wichtige Rolle bei der AG-Umwandlung spielte auch der gesetzliche, unabhängige Aufsichtsrat, der die Entwicklung des Unternehmens aus einer kritisch-konstruktiven Außenperspektive seit 1998 begleitet.

Haben Sie schon mal nachgedacht auch für andere Bereiche, wie die Naturkosmetik, Produkte herzustellen?

Man beschäftigt sich fast schon zwangsläufig auch mit Sortimentserweiterung rund um unsere Kernkompetenz. Wir sind jedoch sehr schnell zu dem Ergebnis gekommen, dass wir – vor allem mit

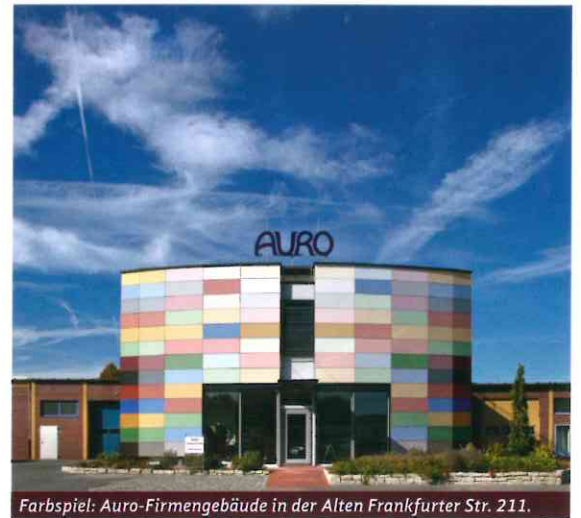
den aktuell vorangetriebenen Forschungs- und Entwicklungsprojekten – noch sehr viele Möglichkeiten in unserem bestehenden Sortiment haben. Anders gesagt: Die Pipeline an Ideen und Produktentwicklungen ist voll, konkreter möchte ich zurzeit noch nicht werden, aber wir werden sie in den kommenden Jahren sukzessive auf den Markt bringen.

Was sagen Sie zum Thema „Klimawandel bedingt durch Abholzung des Regenwaldes“

– wie ist Ihr Unternehmen hier aufgestellt? Unser wichtiger Rohstoff Dammarharz stammt aus dem Sumatra. Es hat die Aufgabe, die Bestandteile der Farbe, wie Leinöl, Orangenöl oder Holzöl, zu verbinden. Die Gewinnung des Rohstoffs ermöglicht den Einwohnern Südostasiens eine nachhaltige Nutzung des Tropenwaldes ohne Raubbau. Die Harzgewinnung beeinflusst auch bei Ankerbung der Stämme die Lebenskraft der Bäume nicht, sodass diese viele Jahre geharzt werden können. Nur dadurch ist die Alternative zur Merantiholz-Gewinnung durch Baumfällen ökologisch attraktiv. Bevor die Säcke mit den kostbaren Harzstücken in unseren Häfen ankommen, ist viel Handarbeit nötig. Die Nutzung des natürlichen Rohstoffs ist daher eine aktive Arbeit gegen die Tropenwaldzerstörung. Gleichzeitig unterstützt Auro mit dem Rohstoff Ipiak, ein rotes Pulver, das aus den Ölsamen des Anattostrauchs gewonnen wird, welches in der Wandlasur-Pflanzenfarbe vorkommt, ein Regenwald-Projekt. Die Shuar-Indianer in Ecuador stellen den Farbstoff traditionell her. Auro unterstützt die Organisation „education biotropical“ mit Förderungen zum Kauf von Primärurwald, um diesen vor Raubbau und Vernichtung zu bewahren.

Unternimmt Ihr Unternehmen auch Expeditionen in fremde Länder zur Erkundung von Rohstoffen?

Punktuell gibt es schon mal Reisen in andere Länder zur Rohstoffrecherche, insbesondere für pflanzliche Roh-



Farbspiel: Auro-Firmengebäude in der Alten Frankfurter Str. 211.

stoffe, da schaut man schon genauer hin. Das sind jedoch keine klassischen Bilderbuch-Forschungsreisen, wie man sie sich vielleicht weitläufig vorstellt. Wir sind durch Rohstoffimporteure und Kontakte in entfernte Regionen relativ gut vernetzt und somit immer am Puls.

In welche Länder exportieren Sie?

Wir exportieren in 39 Länder, unser Exportanteil liegt konstant über 40 Prozent. Die Produkte exportieren wir in die meisten europäischen Länder genauso wie nach Übersee und Fernost. Das sind europäische Länder, wie zum Beispiel Irland, die skandinavischen Länder, Frankreich, Italien, Spanien, Portugal, Türkei, Griechenland, Russland, aber auch Übersee, wie die USA, Japan, China oder Korea. Die Begeisterung für unsere Produkte nimmt in Asien am stärksten zu.

Welche Kundengruppen bedienen Sie?

In erster Line den klassischen Farbenfachhandel genauso wie den baubiologischen, Letzterer ist unser Hauptvertriebskanal im Inland. Deutschlandweit sind wir in 700 Fachgeschäften vertreten, die von 12 Handelsvertretern betreut werden. Hinzu kommen Handwerkskunden, Baustoffhändler und auch Naturkostläden. Unser Kundenportfolio ist jedoch noch weiter gefächert, dazu gehören Industriekunden genauso wie Architekten und Onlineshops.

Leben Sie auch privat umweltbewusst?

Ich versuche meinen Alltag bewusst und vor allem möglichst generationsfähig zu gestalten. Als jemand, den dieses Thema täglich begleitet, werden die Sinne hierfür zusätzlich geschärft. Christian Göttner



Wichtige Rohstoffe: Bienenwachs, Öle und Harze u.a. für Pigmente.