



Der Kaiser von China

Mit alten Rezepturen und moderner Technik avancierte die kleine Nürnberger Kaiser Lacke GmbH zum Weltmarktführer für dekorative Produktveredlung.

Kein reizendes Lüftchen signalisiert dem Besucher, dass auf dem Gelände Jahr für Jahr rund 1.000 Tonnen Lacke produziert werden. Alles ist sauber, fast aseptisch rein, wie es scheint. Wenn überhaupt, dann riecht es hier, je nachdem, woher der Wind weht, nach Gemüse: Salat, Tomaten, Gurken, Zucchini, Zwiebeln, Lauch. Die Region im Nürnberger Norden heißt Knoblauchsland; ihre Produkte genießen auf Bayerns Märkten einen exzellenten Ruf.

Das halbe Dutzend Luftbilder im Flur des Verwaltungstraktes dokumentiert die Metamorphose am Rande des Agrar-Idylls. Die Kaiser Lacke GmbH hat es innerhalb von 75 Jahren vom kleinen auf Bodenversiegelung spezialisierten Familienbetrieb zum veritablen Anbieter für dekorative Produktveredlung geschafft. Gerade mal 50 Mitarbeiter erwirtschaften heute insgesamt sechs Millionen Euro Umsatz – hier am Stammsitz, aber auch 8.729 Kilometer



*Weihnachtskugel made in China:
Der Markt hat sich verändert.*



weiter östlich in Feng Xiang am Rande der neuen Megapolis Shanghai.

„Wir beobachten den Markt ganz genau und wissen, dass hier noch unendliche Potenziale schlummern“, sagt Stefan Kaiser. Der 40-jährige gelernte Industriekaufmann kennt seine Firma

zahlreiche IKEA-Lieferanten gehören, in ständigem Dialog, „und wir fragen sie, was sie vorhaben, um dann, wenn es darauf ankommt, dabei zu sein“, sagt Kaiser. Und so gilt für Europa wie für Fernost gleichermaßen das eigentlich simple Motto „Wenn ich etwas produ-

Chemical Ltd.“ ihre Pforten. Sie ist eine chinesische Firma, die von einem einheimischen Berater geleitet wird und deren Erträge an Ort und Stelle wieder investiert werden – „weil wir im chinesischen Markt weiter expandieren werden“, wie



„Wir müssen dort hingehen, wo unsere Kunden sind.“

Stefan Kaiser, Geschäftsführer, Kaiser Lacke GmbH

und deren Geschäftsfeld „von der Pike auf“, wie er sagt; kein Wunder, schließlich verkörpert er die dritte Generation. Vater Walter (67) der in den Siebzigern den Grundstein zum Erfolg gelegt hatte, zog sich vor zwei Jahren in den Ruhestand zurück und fungiert gelegentlich noch als Ratgeber: „Das Verhältnis ist hervorragend und ich bin dankbar, dass er mir, wenn's mal klemmt, mit seinen Tipps zur Seite steht“, sagt der Junior.

Tradition trifft auf Moderne

Kaiser Lacke gilt mittlerweile als Synonym für die perfekte Oberflächenbehandlung von Kerzen und Christbaumschmuck, Spielzeug und Hohlgläsern. Die Nürnberger sind weltweit das einzige Unternehmen, das diese speziellen Lacke mit ihrer hohen Qualität herstellt. An dieser Marktposition kann die Konkurrenz aus Osteuropa und Asien nicht tippen. Dabei ist die fränkische Erfolgsrezeptur aus scheinbar ganz simplen Bestandteilen zusammengerührt, aus zum Teil uralten Rezepten aus Fichtengebirge, Frankenwald und Bayerischem Wald. Dazu kommt ein in Jahrzehnten gewachsenes Mitarbeiter-Know-how plus Hightech sowie eine penible Beobachtung der Märkte. Was darunter zu verstehen ist, erklärt der Chef mit dem Satz: „Wir betreiben eine kundenorientierte Produktentwicklung, denn nur durch den Informationsaustausch kann etwas Neues entstehen.“ Die Nürnberger sind mit ihren Kunden, zu denen auch der Brillenhersteller Uvex und

ziere, was der Markt nicht braucht, habe ich auch keinen Absatz“.

Stefan Kaiser ist Strategischer Geschäftsführer. Fürs Tagesbusiness ist Dirk Zimmer (38) ein Vertriebsspezialist, zuständig. Während Zimmer den Kontakt zu den Außenposten hält, ist Kaiser ständig auf der Suche nach neuen Märkten. „Wir können es uns nicht erlauben, die Hände in den Schoß zu legen, wir müssen in die Offensive gehen – dorthin wo unsere Kunden sind“, sagt der Mittelstürmer des Fürther Amateur-Eishockey-Klubs „Zenngrund Canadiens“.

Die Entscheidung für China fiel 2002. „Der Markt hat sich verlagert“, stellt Stefan Kaiser kurz und knapp fest, „da mussten wir unseren europäischen Kunden folgen“. Denn diese hatten inzwischen dort ihre Kerzen- und Christbaumschmuck-Manufakturen hochgezogen. Und so öffnete 2003 „Kaiser Fine

Kaiser ankündigt. Und das soll aus eigener Kraft am Ort geschehen.

Ein stabiles Standbein zu Hause und zweistellige Wachstumsraten in Fernost sind die eine Seite eines ungewöhnlichen Erfolgs. Die andere: Die Kaiser Lacke GmbH ist ein mehrfach zertifiziertes Unternehmen. In Zeiten, in denen es so mancher Hersteller mit seinen Produkten nicht so genau nimmt – Stichwort Spielzeug –, ist das „ein fast unschlagbares Argument“ (Kaiser). Also geht man zufrieden ins nächste Jahr. Und dieses wird einiges bringen. „Die Marktbeobachtung in den USA ist in vollem Gang“, sagt Stefan Kaiser, „2009 fällt die Entscheidung und 2010 greifen wir es an.“ ♦



Weihnachten in Fernost: Für den richtigen Glanz sorgt ein Unternehmen aus dem Frankenwald.