

# 60 Jahre jung

Poloplast zeigt „Mut zu Kunststoff“ und behält diesen seit 1957 bei – eine Bestandsaufnahme anlässlich „60 Jahre Polo-Kal“.

**R**ede und Antwort stand Geschäftsführer Wolfgang Lux.

**Sie haben vor kurzem (2015 mit „60 Jahre Poloplast“ und nun mit „60 Jahre POLO-KAL“) gleich zwei runde Jubiläen begangen – wie fühlen Sie sich?**

**LUX:** Eine meiner persönlichen Überzeugungen lautet: ‚Zukunft braucht Herkunft‘. Ich fühle mich als Teil einer erfolgreichen Unternehmensgeschichte mit einer klaren strategischen Perspektive für die Zukunft. Wir arbeiten permanent an der Fortsetzung der Erfolgsgeschichte von POLO-KAL. 60 Jahre POLO-KAL heißt vor allem 60 Jahre POLO-KAL in Österreich. Wenn es uns gelingt, dieses Erfolgsmodell auf internationale Märkte zu übertragen, stehen wir vor zahlreichen neuen Herausforderungen. Rohrsysteme aus traditionellen Materialien wie PVC, grauem HT oder Guss sind in vielen Ländern heute noch Stand der Technik. Das bietet uns ein enormes Potential für innovative Differenzierung.

**Scherz beiseite – was plant Poloplast für das kommende Jahr?**



Poloplast-Geschäftsführer Wolfgang Lux im Gespräch.

POLOPLAST (4)

**LUX:** Die Fortsetzung unserer ambitionierten Investitionspolitik. Wir planen für 2017 und 2018 Investitionen in einer Höhe von über 20 Millionen Euro in die Erweiterung unserer Infrastruktur, in neue Fertigungsanlagen und innovative Produkte. Damit toppen wir nochmals das beträchtliche Volumen der letzten Jahre. Neue Produkte kommunizieren wir aber erst, wenn diese zur Serienreife entwickelt wurden. Das ist unsere Linie, der wir treu bleiben.

**Kann man das Rad bzw. das Rohr neu erfinden? Wieviel Spielraum ist da noch Entwicklungstechnisch?**

**LUX:** Ich bin überzeugt, dass die vielfältigen Entwicklungsmöglichkeiten mit Kunststoff

bei weitem noch nicht ausgeschöpft sind. Viel wichtiger ist aber unsere Philosophie. Wir haben einen Leitspruch: Pure Progress. Was wir damit sagen wollen, ist, dass uns gut nicht gut genug ist. Wir wollen optimale Ergebnisse erzielen und diese immer wieder übertreffen. So schaffen wir entwicklungs-technischen Spielraum. Aus eigener Kraft und das auch dort, wo vermeintlich keiner ist.

**Unter „Produkten“ auf Ihrer Website geben Sie unter anderem Hausabflussrohrsysteme, Komfortwohnraumlüftung, Unterdruckdachentwässerung, Trinkwassersysteme u.v.m. an – gibt es irgendetwas, das Sie nicht können?**

**LUX:** Ja, es gibt wirklich etwas, das wir nicht können. Wir können mit dem, was wir erreicht haben, nicht zufrieden sein und uns darauf ausruhen. Weil unser Anspruch an Perfektion nie endet und weil Pure Progress für uns heißt, permanent nach Chancen zu suchen und neue Möglichkeiten zu entwickeln.

**„Bei Poloplast bin ich Teil einer großen Familie“ titelt einer Ihrer Lehrlinge (ebenfalls auf der Website) – wie groß ist Ihre Familie aktuell?**

**LUX:** Aktuell beschäftigen wir rund 380 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an unserem Hauptsitz in Leonding/Oberösterreich und einem weiteren Standort in Ebenhofen/Bayern. Wir haben ambitionierte Expansionspläne und wollen in den nächsten drei Jahren um weitere 70 bis 100 qualifizierte und

„rohr“begeisterte Menschen wachsen. Diese Menschen zu finden und mit viel Feingefühl in die Poloplast-Familie zu integrieren, wird eine unserer größten Herausforderungen der nächsten Jahre.

**Wie schätzen Sie das Aus der Aquatherm und damit einhergehend den (Weiter-) Aufstieg der Welser Energiesparmesse ein? Bzw. anders gefragt: Wie wichtig sind Messen für Poloplast?**

**LUX:** Wir bemerken, dass das Interesse an der Welser Energiesparmesse in den letzten Jahren stark gestiegen ist. Die Trends der Zeit wurden dort richtig erkannt, davon bin ich überzeugt. Das bestätigt auch die stetig steigende Besucherzahl. Uns bietet die Energiesparmesse die Chance, mit dem Endverbraucher unserer Produkte ins Gespräch zu



kommen. Das hat für ein Unternehmen wie Poloplast, das sich eindeutig zum dreistufigen Vertrieb bekennt, einen hohen Stellenwert. Insbesondere bei unserer Anwendung Komfortwohnraumlüftung können wir hier einen wertvollen Informationsaustausch betreiben.

**Welche Relevanz hat die Zusammenarbeit mit dem ÖAKR für Sie?**

**LUX:** Als Gründungsmitglied engagieren wir uns seit mittlerweile 26 Jahren für den Österreichischen Arbeitskreis Kunststoffrohr Recycling (ÖAKR). Wir und andere Rohrhersteller unternehmen erhebliche Anstrengungen, um Reststücke und Altmaterialien von Kunststoffrohrsystemen einer geordneten Wiederverwertung zuzuführen. Damit übernehmen wir gesellschaftliche Verantwortung für Umwelt und Nachhaltigkeit und das über

den gesamten Produktlebenszyklus.

**Ein weiteres Ihrer Themenfelder ist Compounding – wird es demnächst werkstoffmäßig Neuheiten geben?**

**LUX:** In unserem Geschäftszweig POLO-COMPOUNDING wollen wir Kundenanforderungen optimal erfüllen. Das fertige Erzeugnis und seine Anwendung definieren, was das Compound leisten muss. Wir sind gefordert, den Gestaltungsspielraum der Kunststofftechnologie stetig neu auszuloten, ohne dabei die Qualität des Endprodukts zu gefährden. Dazu ist zu sagen, dass wir einen nicht unwesentlichen Teil unserer Compoundaktivitäten für die eigene Fertigung benötigen. So ergeben sich tolle Synergien. Unsere Kunden profitieren von unserer jahrzehntelangen Erfahrung im Compoundie-

Als Anbieter von Kunststoffrohrsystemen, Compounds und Polymer-Engineering gilt POLOPLAST mit über 60-jähriger Unternehmensgeschichte als führender europäischer Kunststoffspezialist in der 3-Schicht-Technologie. Der Schwerpunkt liegt dabei im Bereich Kunststoffrohrsysteme für Haustechnik, Wasserversorgung und Kanalisation.

ren. Und wir profitieren wiederum von den Forschungserkenntnissen, die wir im Auftrag unserer Kunden bei der Erfüllung ihrer vielfältigen individuellen Anforderungen gewinnen.

**In welche Richtung soll sich Poloplast entwickeln (Wachstum/Abbau)? Wo sehen Sie das Unternehmen in fünf Jahren?**

**Lux:** Die Richtung steht fest: Unsere Vision ist das Durchbrechen der 200-Millionen-Euro-Umsatzgrenze im strategischen Planungshorizont. Das heißt starkes organisches Wachstum in unseren Zukunftsmärkten Nord- und Westeuropa sowie in einigen außereuropäischen Ländern. Unsere Premiummarken POLO-KAL NG, POLO-KAL 3S und speziell POLO-KAL XS sind dafür essentielle Bausteine. Und wir arbeiten mit Leidenschaftlichem Engagement an neuen Innovationen, die unsere Premiumposition nachhaltig sichern und unsere Vision Wirklichkeit werden lassen.

Vielen Dank für das Gespräch!

**MPEC**