

Das Ziel lautet klar Marktführerschaft

Im Jubiläumsjahr gehen die europäisch denkenden Belgier in die Offensive

Hochwertige Dekorationsprodukte, Zierprofile und Stuckelemente für den professionellen Anwender – seit drei Jahrzehnten steht Orac Decor für dieses kleine, feine Segment. In diesem Jahr feiert das Familienunternehmen mit Sitz im belgischen Oostende Jubiläum und blickt mit einem jungen Geschäftsführer in eine vielversprechende Zukunft.

„Wir sind kein belgisches, sondern ein europäisches Unternehmen“, stellt Yves Taillieu gleich zu Beginn des Treffens im neuen Verwaltungsgebäude klar. Erst zum Jahreswechsel hat der 33-jährige CEO die Geschäfte von seinem Vater Guy Taillieu, dem Firmengründer, übernommen, der nun dem Beirat vorsitzt. Gemeinsam mit seiner Schwester Laurence, die das Marketing und den Vertrieb in Benelux leitet, führt Yves Taillieu die Tradi-



Der Orac-Showroom am Standort Oostende: Hier finden sich traditionelle wie auch moderne Produkte.



Yves Taillieu

Allein-Geschäftsführer / CEO

»Wir sind ein europäisches, kein belgisches Unternehmen.«

Orac Decor

Gegründet: 1970 als Oostend Research and Application Company (ORAC) als Zulieferer der Möbelindustrie für Teile aus Polyurethan durch Guy Taillieu

Firmensitz: Oostende, Belgien

Spektrum: Zierprofile und Stuckelemente, u. a. Eck-, Wand- und Fußleisten, Pilaster, Deckenrosetten, Säulen

Produkte: 2000 (im Decor-Programm)

Mitarbeiter: 180

Export: in fünfzig Länder Europas, des mittleren Ostens und Arabiens, in Nord- und Lateinamerika und Afrika

Weitere Infos: www.oracdecor.com

tion des Familienunternehmens fort. In mehr als fünfzig Ländern ist Orac Decor heute präsent – bei einem Wachstum, das 2006 bei beachtlichen 21 Prozent gelegen hat. Neben dem deutschen Markt wird Russland auch für Orac Decor immer wichtiger.

Bereits im Jahr 2000 hat Orac einen neuen Kurs eingeschlagen und Teile der Fertigung in die Slowakei ausgelagert. Gleichzeitig wurden am Stammsitz Oostende neue Produkte entwickelt und hergestellt. Schließlich wandelte sich das Unternehmen vom Nur-Produzenten zum Auch-Distributeur der eigenen Produkte.

Steuerte Guy Taillieu den Vertrieb im Jahr 2000 noch allein, sind heute neun Verkaufsleiter Teil der Orac-Familie. Die Zahl der Kunden ist in diesem Zeitraum von etwa hundert auf rund 2.000 gestiegen. Auf kurzfristige Gewinn-Maximierung haben es die Taillieus dennoch nicht abgesehen, wie der junge Geschäftsführer betont: „Nur mit einer langfristigen Beziehung, die auf Vertrauen basiert, kann man gute Geschäfte machen.“

Mehr als achtzig Prozent des Umsatzes macht Orac heute im Dekorationsbereich, und hier will das Unternehmen an die Spitze. Die viel kleinere industrielle Orac-Abteilung entwickelt und produziert technologische Produkte und Gehäuse für den Ventilationsmarkt.

Begonnen hat die Orac-Geschichte 1970, als Guy Taillieu Orac (Oostend Research and Application Company) als Zulieferer der Möbelindustrie für Teile aus Polyurethan gründete. Die ersten Produkte waren Möbelteile wie Leisten und Paneele. Taillieu, damals frisch gebackener Handelsingenieur, leitete sowohl die Produktion als auch den Verkauf.

Neben Belgien wurden bereits zu diesem Zeitpunkt die Niederlande, Deutschland und Frankreich beliefert. Investitionen in neue Technologien und Produktionsprozesse führten nach und nach zu steigender Qualität und Produktivität. Das Jahr 1971 markiert den Beginn der Produktion von PU-Dekorationsprodukten. Auch die ersten Zierprofile für den Wandabschluss wurden damals ins Sortiment

Innovationen für die Wand: der Marketing- und Vertriebsleiter von Orac Deutschland, Jochim Stock, zeigt aktuelle Produkte.



Firmenchef Yves Taillieu präsentiert das neue Orac-Verwaltungsgebäude in Oostende.

aufgenommen. Der angepeilte Markt – die Möbelindustrie – erwies sich rasch als eher enttäuschend, da das Absatzpotenzial sehr begrenzt war. Um das Jahr 1980 herum wurden die Interieurprodukte unter dem 1977 geschaffenen Markennamen Orac Decor immer lukrativer. Neben Deckenrosetten fanden Eck- und Wandleisten den Weg ins Programm; als Bestseller erwiesen sich die Zierleisten. Orac Decor wurde über die folgenden Jahre immer weiter ausgebaut und international vermarktet, etwa in den USA, in Afrika, im mittleren Osten und dem arabischen Raum. Seit 1992 werden mit Orac Flex alle Profile aus PU auch in flexibler Ausführung angeboten. Neben Säulen und flexiblen Leisten sind heute auch Beleuchtungselemente und Türpaneele im Programm. Ein Ingenieur-Team forscht ständig nach technologischen Neuerungen, Prozessinnovationen und Qualitätsverbesserungen.

Um das Jahr 2000 wurde Orac Axxent eingeführt, ein Produktprogramm schlag- und stoßfester Profile aus Duropolymer auf Basis von Schaumextrusion zu einem günstigen Preis-Leistungs-Verhältnis. Eine Innovation auf Basis von Polyurethan gelang mit Purtouch. Auch in Zukunft sollen die beiden Produktionsstandorte in Oostende und in der



Orac Decor produziert seit 1977 in Belgien sowie seit 1999 in Slowenien.

»Nur mit einer langfristigen Beziehung kann man gute Geschäfte machen.«

Slowakei weiter ausgebaut werden. Orac vermarktet seine Produkte heute in Großbritannien, den Niederlanden, Deutschland, Frankreich, Tschechien und der Slowakei selbst und tritt in anderen Ländern über Partner auf. 2003 wurde durch eine Übernahme Orac Deutschland geschaffen. Im Jahr 2006 stellte Orac die EDV auf SAP um.

Dass die Belgier sich nicht auf ihren Lorbeeren ausruhen und ständig nach Innovationen Ausschau halten, zeigt das Beispiel Myline, eine Serie mit Profilen für den modernen Wohnstil. Im Jahr 2006 schließlich wurden LED-Beleuchtungskonzepte zur Heimtextil in Frankfurt auf dem Markt eingeführt. Genaue Angaben über die aktuelle Produktion, etwa über den täglichen Ausstoß an Zierleisten in Meter, vermeidet Orac. Ihr Unternehmen stufen die Belgier selbst als „einen der wichtigsten Hersteller in Europa“ ein – was angesichts der überschaubaren Zahl von europäischen Mitbewerbern in diesem Segment plausibel erscheint.

Orac hat ein klares Ziel: die Marktführerschaft für hochwertige, dekorative Interieurprodukte im professionellen Markt. Das ist durchaus ambitioniert, denn mit nmc steht dem Familienunternehmen ein nicht gerade kleiner Konkurrent gegenüber. Die Spitzenposition soll über Innovationen, Qualität und effiziente Dienstleistungen erreicht werden.

Orac will bei allem angepeilten Wachstum den Kurs der langfristigen Bindungen zu seinen Kunden weiter beibehalten. „Wir haben keine Gesellschafter, die ihre Aufmerksamkeit nur auf den finanziellen Gewinn richten. Obwohl wir natürlich auch ergebnisorientiert handeln, werden wir immer Werte wie anhaltendes Wachstum, gute Reputation, Kundenzufriedenheit, Partnerschaft und dergleichen vorne anstellen. Andererseits reagieren wir als Familienunternehmen sehr aufmerksam und flexibel auf Marktchancen und Kundenwünsche“, heißt es viel versprechend aus Oostende. ■

ALEXANDER RADZIWIŁŁ