

Interview

„Wir setzen auf Klarheit, Konsequenz und Qualität“

Im Gespräch mit Edwin Hribek, Vorstand der AURO AG

AURO ist vor über 40 Jahren mit dem Nachhaltigkeitsgedanken gegründet worden. Welche Bedeutung hat das Thema für Sie heute und wie spiegelt es sich in Ihren Produkten und Ihrer Strategie?

Bei AURO ist Nachhaltigkeit absoluter Markenkern seit dem ersten Tag – von der Forschung über die Produktion bis zur gesamten Wertschöpfungskette. Wir begleiten den Wandel nicht nur, sondern gestalten ihn als Pionier von Anfang an aktiv mit. Unsere Strategie basiert auf der Verbindung modernster Prozesse mit ökologischer Verantwortung, sowie einer transparenten, regionalen Beschaffung, die unseren Fußabdruck minimiert. Das zeigt sich zum Beispiel darin, dass wir innovative Technologien ausschließlich auf Basis natürlicher, nachwachsender Rohstoffe entwickeln und auf synthetische Schadstoffe und petrochemische Zusätze verzichten. Unsere Farben bestehen aus pflanzlichen Ölen, mineralischen Pigmenten und natürlichen Bindemitteln – biologisch abbaubar und im Kreislauf der Natur rückführbar. Damit schaffen wir nicht nur gesunde Wohnräume, sondern auch eine umweltfreundliche Alternative zur konventionellen Farbenindustrie.

Sehen Sie Ihr Unternehmen aufgrund der nachhaltigen Orientierung im Wettbewerb im Vorteil?

Die Nachhaltigkeitsausrichtung ist sowohl ein Wettbewerbsvorteil als auch eine bewusste Entscheidung für Qualität und Verantwortung. AURO beweist seit über 40 Jahren, dass eine wirklich ökologische Chemie möglich ist – und genau das werden wir weiter vorantreiben.

Viele Großunternehmen werben zwar mit „grünen" Labels. Aber hinter den Produkten stecken oft nur minimale ökologische Verbesserungen – während weiterhin synthetische, petrochemische oder umweltschädliche Substanzen verwendet werden. Diese Strategie sorgt für Verunsicherung und erschwert es, echte Nachhaltigkeit von Marketingrhetorik zu unterscheiden. Immer mehr Verbraucher und Partner suchen nach authentisch ökologischen Alternativen, was uns in einem wachsenden Markt Vorteile verschafft. Unsere Antwort darauf ist Klarheit, Konsequenz und Qualität. Wir setzen auf nachwachsende Rohstoffe und ökologische Verträglichkeit – keine faulen Kompromisse, keine versteckten Schadstoffe.



Edwin Hribek
Vorstand der AURO AG

Pionier im Bereich ökologischer Naturfarben und Gewinner des 17. Deutschen Nachhaltigkeitspreises.

https://auro.de

Welche Limitierungen nehmen Sie in Kauf, um dieser klaren Position treu zu bleiben und was tun Sie, um in Ihren Zielmärken aus der Nische in die Breite zu kommen?

Wir setzen uns bewusst Grenzen, indem wir auf synthetische Inhaltsstoffe und kurzfristige Profitmaximierung zugunsten echter Umweltverträglichkeit verzichten. Das bedeutet mehr Aufwand in Forschung, Beschaffung und Produktion, doch genau das macht unsere Produkte einzigartig. Statt auf Masse setzen wir auf Klasse – mit Farben, die nicht nur nachhaltig sind, sondern auch höchste Qualität bieten. So verwandeln wir vermeintliche Limitierungen in einen klaren Markenkern: kompromisslose Naturfarben für eine zukunftsfähige Welt.

Der Weg aus der Nische in die Breite erfordert allerdings mehr als ein gutes Produkt. Unsere Strategie basiert auf drei Säulen: Erstens entwickeln wir unsere Technologien weiter, um nachhaltige Farben noch leistungsfähiger zu machen. Zweitens setzen wir auf Transparenz und Aufklärung, um Verbraucher für Greenwashing zu sensibilisieren und Vertrauen zu schaffen. Drittens erweitern wir unser Vertriebsnetz, um echten Wandel in die Breite zu tragen. Unsere Vision ist dabei, dass Nachhaltigkeit kein Marketingtrend bleiben darf, sondern zum neuen Standard werden muss.

Wie blicken Sie angesichts großer politischer und wirtschaftlicher Unsicherheiten in die Zukunft? Welche Fehler sollten wir vermeiden, wo braucht es Mut und Risikobereitschaft?

Die aktuelle wirtschaftliche Flaute in Deutschland verleitet viele Unternehmen dazu, Nachhaltigkeit als zweitrangig zu behandeln – ein schwerwiegender Fehler. Kurzfristige Sparmaßnahmen auf Kosten ökologischer Innovationen gefährden nicht nur den Klimaschutz, sondern auch die Wettbewerbsfähigkeit der Zukunft. Jetzt braucht es Mut, in nachhaltige Lösungen zu investieren, statt in alte, ressourcenintensive Strukturen zurückzufallen. Wer heute auf echte Nachhaltigkeit setzt, wird morgen wirtschaftlich stabiler dastehen. Wir dürfen nicht dem Irrglauben verfallen, dass Umwelt- und Wirtschaftskrisen getrennt zu lösen sind – sie sind zwei Seiten derselben Medaille.

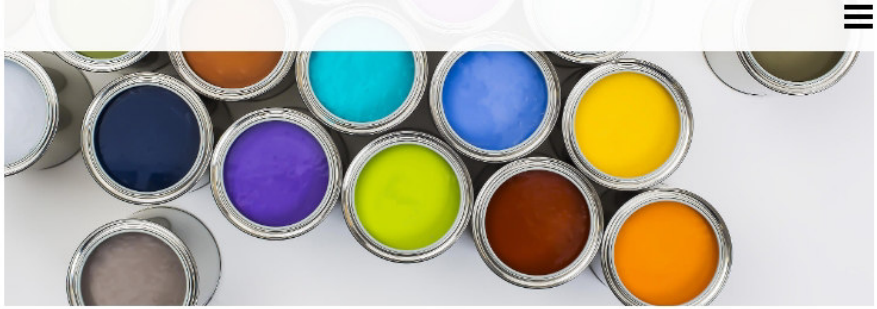




Beim 17. Deutschen Nachhaltigkeitspreis war AURO 2024 Sieger in der Branche „Anstrichmittel und Farben“. Welche Impulse konnten und können Sie durch die Auszeichnung setzen?

Die Auszeichnung ist für uns ein bedeutender Meilenstein. Intern stärkt sie unser Engagement für Nachhaltigkeit und motiviert das gesamte Team, weiterhin innovative und umweltfreundliche Produkte zu entwickeln. Extern setzt sie ein klares Signal an Verbraucher und Partner: Echtes nachhaltiges Handeln wird anerkannt und belohnt. Dies erhöht unsere Sichtbarkeit im Markt, fördert Vertrauen und ermutigt andere Unternehmen, ähnliche Wege zu gehen. Der Preis ist nicht nur eine Bestätigung unserer Arbeit, sondern auch ein Ansporn, die Nachhaltigkeitsagenda weiter voranzutreiben.





Wie würden Sie die Rolle des DNP im Hinblick auf die nachhaltige Transformation in Deutschland beschreiben und was sollte der DNP tun, um dieser Rolle noch besser gerecht zu werden?

Der Deutsche Nachhaltigkeitspreis hat das Potenzial, eine treibende Kraft in der nachhaltigen Transformation Deutschlands zu sein. Er inspiriert Unternehmen, Best Practices zu übernehmen und sich aktiv für eine grünere Zukunft einzusetzen. Um diese Rolle noch weiter zu stärken, könnte der DNP gezielte Bildungsinitiativen fördern, die Wissen über nachhaltige Praktiken verbreiten, und dynamische Netzwerke zwischen Unternehmen und Institutionen schaffen. Dadurch wird er zum Katalysator für kreative Lösungen und innovativen Austausch, die den Wandel in der Wirtschaft und Gesellschaft beschleunigen. So können wir gemeinsam eine nachhaltige Zukunft gestalten.