

Ton aus dem Westerwald

Leyla Buchholz¹

Kurzfassung: In unserer Reportagerihe „Unternehmen mit Tradition“ besuchen wir familiengeführte Unternehmen, die in Deutschlands Keramikbranche tätig sind, und stellen im Interview ihre Geschäftsführer vor. Im Sommer waren wir bei der Stephan Schmidt Gruppe mit Sitz im Westerwald, die seit 1947 Tone, keramische Rohstoffe und Mineralprodukte produziert. Das Unternehmen wird mittlerweile in der dritten Generation geführt. Im Interview mit Stephan Schmidt jr., zweiter Geschäftsführender Gesellschafter, sprachen wir über die Nachwuchssituation in der Keramikbranche, die Zusammenarbeit in einem Familienbetrieb und über die Zukunft des Unternehmens.

Die Stephan Schmidt KG liegt ganz idyllisch im grünen Tal mitten im Westerwald in der Gemeinde Dornburg. Doch was dieses Gebiet für das Unternehmen so interessant macht, ist nicht über der Erde zu finden. Der Westerwald, ein deutsches Mittelgebirge, beherbergt 20–40 Millionen Jahre alten Ton aus dem Erdaltertum, als die Landmassen noch unter einem tropisch warmen Meeresarm lagen. Viele Millionen Jahre später baut das Unternehmen hier die Gesteine ab, die im subtropischen Klima verwitterten und heute ein Vorkommen von 400 verschiedenen Spezialtonen bilden – Tone aus dem Westerwald sind deshalb weltweit einmalig. Damit besteht auch eine gewisse Ehrfurcht vor diesem Rohstoff: Die Entstehung von nur einem Meter Tonschicht dauert etwa eine Millionen Jahre. Man möge dies mit folgen-

der Tatsache in Verbindung bringen: Ein Mensch verbraucht in 70 Jahren etwa 29 t Ton. Doch wofür eigentlich, ist den wenigsten bewusst.

Eine vielseitige Produktpalette

Die Stephan Schmidt KG beliefert mit ihrem Spezialton verschiedenste Industrien. Das Unternehmen gliedert sich in zwei große Geschäftsbereiche: Die Keramikprodukte und die Mineralprodukte. Einige Produkte der Keramiklinie können sofort als Teil unseres alltäglichen Lebens erkannt werden: Beispielsweise Dachziegel und Klinker, größter Abnehmer sind hier die Niederlande. Hintermauersteine fallen schon weniger ins Auge. Aus Herstellersicht sind sie

kein triviales Produkt, denn sie müssen gesetzliche Anforderungen bei dünnen Wandstärken erfüllen. Für die Sanitärkeramik beliefert das Unternehmen den weltweiten Markt in China, Nordafrika, Russland und Osteuropa. Bekannte Marken wie Villeroy & Boch und Duravit arbeiten mit Rohstoffen aus dem Westerwald. Doch der wichtigste Abnehmer des Unternehmens bleibt die italienische Fliesenindustrie mit über 550.000 t Rohstoffen, das ist ein Drittel des Jahresumsatzes. Das Unternehmen liefert damit allein die Hälfte dessen, was insgesamt an Ton von Deutschland nach Italien verkauft wird. Das Endprodukt findet sich im heimischen Badezimmer: Jeder zweite Deutsche hat italienische Fliesen in seinem Bad. Auch nicht unwichtig für die Optik von Sanitärkeramik sind Email, Engobe und Glasur für die kratzfesteste Beschichtung. Aber auch die Firma Miele, beispielsweise für das Innere eines Backofens, und Le Creuset mit dem farbenfrohen Kochgeschirr sind Kunden. Die Anforderungen an die Ausgangsmaterialien sind hier besonders hoch: Nur Rohstoffe mit hoher Reinheit, kontrollierter Korngröße und sehr feine Pulver können verarbeitet werden.

Wirft man einen Blick auf die Fensterbank daheim im Wohnzimmer, steht dort vielleicht Feinsteinzeug, Blumentöpfe. Nicht zuletzt produziert das Unternehmen auch Rohstoffe für Elektroporzellan wie keramische Isolatoren oder keramische Sicherungen für Zuhause und hat auch beim Abwassertransport die Hände im Spiel. Hier verbauen Städte aus Kostengründen mittlerweile gerne Kunststoff- oder Betonrohre. Doch während Beton sich mit der Zeit auf-



Bild 1 Stephan Schmidt jr. führt in der dritten Generation als Geschäftsführender Gesellschafter seit 2013 die Stephan Schmidt KG. (© Frey)

löst und Kunststoff platzt, überdauert ein Abflussrohr aus Keramik gerne auch 2000 Jahre.

Das zweite Geschäftsfeld, die Mineralprodukte, umfasst einige Erzeugnisse, die auf den ersten Blick nicht unbedingt in den Zusammenhang mit Ton gebracht werden. So ist die Stephan Schmidt KG Aussteller auf der Internationalen Pflanzenmesse in Essen mit ihrer Produktgruppe Florisol, unterschiedlichen Tongranulaten für die gezielte Ernährung von Pflanzen. Einige Tonnen davon gehen beispielsweise nach Taiwan, einem Land mit starkem Bevölkerungswachstum und Bedarf an Ertragssteigerung auf seinen Agrarflächen. Ton ist hier ein hervorragender Dünger und Wasserspeicher und sorgt für die Ausbildung eines feinen Wurzelwerks.

Das Produkt Capsil finden viele, wenn sie an ihrem Büroarbeitsplatz den Blick an die Decke richten. Es handelt sich hierbei um Baustoffe aus gemahlene Spezialtonen, die in Akustikdeckenplatten und gleichzeitig auch für den Brandschutz eingesetzt werden. Hier ist die Feuerfestigkeit von Ton besonders wichtig. Produkte aus anderen Materialien könnten im Brandfall schwinden und dann von der Decke fallen. Ein inte-

ressanter Wachstumsmarkt für die Stephan Schmidt KG sind auch Füllstoffe und Additive. Hierzu werden besonders feine Spezialtonen mit Rückständen nicht größer als 40 µm benötigt.

Mit dem Produkt Concesol stellt die Stephan Schmidt Gruppe einen Betonzusatzstoff nach DIN EN 12620 zur Verfügung. Haupteinsatzgebiete sind Betonwaren, Mörtelsysteme sowie Zementsuspensionen und bauchemische Produkte.

Auch beim Brunnenbau ist die Gruppe dabei. Compactonit sind Tonpellets, die dort eingesetzt werden, wo nach Trinkwasser gebohrt wird und abgedichtet werden muss, damit sauberes von verschmutztem Wasser getrennt werden kann. Das Material wird auch für Schachtverschlüsse im Bergbau eingesetzt, wo gegen Wasser abgedichtet werden muss. Bekannte Projekte sind beispielsweise Stuttgart 21 und der U-Bahn-Tunnelbau in Berlin. Eine weitere Produktreihe (Secursol) wird unter anderem auch eingesetzt, um Deponien abzudichten. Der Ton ist wasserundurchlässig und sorgt dafür, dass keine Flüssigkeiten aus der Deponie nach außen dringen können. Zuletzt beliefert das Unternehmen natürlich auch die Feuerfestindustrie mit ungeformten Feuerfestprodukten.

Hauptsächlich kommen hier aluminiumreiche, eisenarme Tone zum Einsatz, für bestimmte Einsatzzwecke auch Klebsande.

Die Stephan Schmidt KG und der Westerwald – eng verbunden

Besonders wichtig für die Arbeit des Unternehmens ist auch die Logistik, um die Kunden zuverlässig zu beliefern. Die Stephan Schmidt KG beliefert weltweit über 40 Länder mit 1,6 Mio. t Ton. Die Rohstoffe werden nicht nur per LKW versendet, teilweise verfügt das Unternehmen auch über eigene Anschlüsse an das Gleisnetz. Einige Kunden erhalten ihre Ware über den Wasserweg.

Das Unternehmen ist sich seines Einflusses auf den Lebensraum Westerwald bewusst und möchte eine gute Verbindung zur Bevölkerung aus den umliegenden Gemeinden erhalten. Zur Grube Wimpfsfeld III führt deshalb eine 5 km lange Privatstraße, die das Unternehmen für direkte Lieferwege und zur Umgehung der umliegenden öffentlichen Straßen gebaut hat. Dort in der Grube sind auch nicht selten Kindergarten-, Schul- oder Exkursionsgruppen aus der Universität zu Besuch. „Wir wollen den Bewohnern zei-



Bild 2 In der Grube Wimpfsfeld III werden jährlich über 200.000 t hellbrennender Ton abgebaut. (© Frey)



Bild 3 Nur drei Bagger erledigen heute in der Grube die Arbeit von 50-60 Tonstechern, die ihren Beruf früher noch von Hand ausgeführt haben. (© Frey)

gen und erklären, was wir hier machen“, so Stephan Schmidt (Bild 1). Als Rohstoffunternehmen ist die Stephan Schmidt KG sehr eng mit ihrem Standort, dem Westerwald, verbunden. Dabei sind viele Rohstoffvorkommen hier noch unangetastet. Die Unternehmensgruppe besitzt Land, auf dem voraussichtlich noch die nächsten 100 Jahre weiter Ton abgebaut werden kann. Derzeit besteht dort noch Forst- oder Landwirtschaft.

Hinab in die Grube – Ein Blick in Wimpfsfeld III

Die Aussicht am Rande der Grube Wimpfsfeld III (Bild 2) ist imposant. Sie ist eine von 16 Tongruben, die das Unternehmen im Westerwald betreibt, 20 sind es insgesamt. Die Grube reicht derzeit an ihrer Spitze 70-80 m in die Tiefe. In Wimpfsfeld III wird hellbrennender Ton abgebaut, deutlich erkennbar an den verschiedenen Weißtönen des Rohstoffs. Der bewaldete Berg, der hinter der Grube aufragt, wird in ein paar Jahren Richtung Süden wandern, denn das Unternehmen versetzt bei dem Abbau ganz sprichwörtlich Berge. Über dem Ton liegt eine bis zu 60 m dicke Schutzschicht, der Abraum. Eigentlich eine gute Sache, schließlich hat er die wertvollen Rohstoffe über Millionen von Jahren präserviert. Doch nun ist er vor allem Erdmasse, die zur Seite geschafft werden muss, bevor der Tonabbau beginnen kann.

Drei Bagger bewegen sich auf dem terrassenförmigen Grubenhang. Diese Art des Abbaus verhindert, dass sich Wasser anstaut und einen gefährlichen Erdrutsch auslöst. Ein Bagger wiegt „nur“ 25 t, größer darf er nicht sein, denn für den selektiven Abbau von Ton mit verschiedenen Zusammensetzungen braucht der Fahrer mit der Schaufel das nötige Fingerspitzengefühl. Dort wo das ungelernete Auge vielleicht sieben bis acht unterschiedliche Färbungen in der Grube erkennen kann, sieht er die Nuancen, die für unterschiedlichste Zusammensetzungen des Tons stehen, und kann bis zu 50 cm dünne Schichten selektiv abbauen. Die Qualität des Endprodukts wird schon in der Grube maßgeblich beeinflusst. Jede Farbe erzählt eine Geschichte von den Ausgangsgesteinen, der Ablagerungsdauer und dem Wetter, das vor Millionen von



Bild 4 Im „Keksraum“ im Labor werden Tonproben für verschiedenste Rezepte gelagert. Die Färbung der Probe ist ein guter erster Indikator für die Zusammensetzung. (© Frey)



Bild 5 Das Gut wird zunächst mit fahrbaren Brechern zerkleinert und dann mittels Förderbändern transportiert. Hier findet auch die erste automatische Probenahme zur Kontrolle der Qualität statt. (© Frey)

Jahren geherrscht hat. Das Gut wird zunächst mit fahrbaren Brechern zerkleinert und dann mittels Förderbändern transportiert. Hier findet auch die erste automatische Probenahme zur Kontrolle der Qualität statt (Bild 5). Damit kann eine erste Einschätzung über die Tonqualität gewonnen werden. Ein Fahrer erledigt mit seinem Bagger heute die

zehnfache Arbeit eines Teams aus 50-60 Tonstechern, die ihren Beruf noch von Hand mit Spaten und Schaufel ausgeführt haben. In Wimpfsfeld III werden jährlich über 200.000 t abgebaut. Das Schaffen in Zeiten der Motorisierung ist aber auch einsamer geworden, obwohl jeder Bagger mit Radio und Klimaanlage ausgestattet ist.

Zurück im Labor

Die verschiedenen Tonsorten, die in den Tongruben selektiv abgebaut werden, finden später ihren Weg in die Räumlichkeiten des hauseigenen Labors. Dort werden 60-80 Proben pro Tag untersucht, im Jahr sind es mehr als 15000. Im „Keksraum“ (Bild 4), wie er von allen hier genannt wird, werden die Tonproben als kreisrunde Plättchen in Holzhalterungen an der Wand aufbewahrt. Jede Schiene beherbergt ein anderes ‚Tonrezept‘. Ein Farbvergleich ist ein guter erster Indikator für die Zusammensetzung. Weitere Untersuchungsstufen umfassen beispielsweise die Dilatometrie, bei der die thermische Ausdehnung der Probe unter Temperatureinwirkung gemessen wird, und die Messung der Druckfestigkeit der gesinterten Probe im Dreipunktbiegeversuch. Bei Stephan Schmidt arbeiten bundesweit insge-

samt etwa 200 Mitarbeiter, nicht nur in den Gruben selbst, sondern auch an den Mahl- und Aufbereitungsanlagen, an den Homogenisierungsanlagen und im Labor in den Bereichen Forschung und Entwicklung, Qualitätskontrolle und im Bereich der anwendungstechnischen Entwicklung.

Das Kannenbäckerland

Der Westerwald schaut aufgrund seiner Rohstoffvorkommen, es sind die reichsten in Europa, als Tonabbaugebiet auf eine lange Geschichte zurück. Auch heute trägt die Region, die sich von Würges im Westerwald bis an das Mittelrheintal nach Bendorf und Vallendar zieht, deshalb noch den Namen „Kannenbäckerland“. Im 18. Jahrhundert wurde Wilhelm Jacob Wimpf, ein Nassauisch-Weilburgischer Beamter und Unterneh-

mer, beauftragt, mit dem Ton aus seiner Grube in Wimpfsfeld in Mengerskirchen kostengünstiges Geschirr für die Bevölkerung zu produzieren. In eben dieser Grube, Wimpfsfeld I, übernahm 1954 Stephan Schmidt Senior die Förderung und legte damit den Grundstein für die Erfolgsgeschichte des Unternehmens. ◀

1 Leyla Buchholz ist verantwortliche Redakteurin der Keramischen Zeitschrift und Interacem.

Automatisiertes Fahren

Vom assistierten zum autonomen Fahren

6. Internationale ATZ-Fachtagung

31. März und 1. April 2020 | Wiesbaden

SENSE

Sensorik und Umfelderkennung von morgen

PLAN AND THINK

Situationen erkennen, analysieren und bewerten

ACT

Funktionen des automatisierten Fahrens umsetzen



Aktuelles Tagungsprogramm: www.ATZlive.de

Stephan Schmidt: „Wir sind Qualitätsführer, nicht Preisführer.“

Keramische Zeitschrift: Werfen wir einen kurzen Blick auf ihren Lebenslauf: Wie sind sie fachlich in die Werkstofftechnik eingestiegen?

Stephan Schmidt: Mir persönlich war der praktische Bezug schon immer sehr wichtig. Ich habe schon als Jugendlicher begonnen, in den Ferien bei uns im Labor zu arbeiten. Am Anfang waren das natürlich eher einfache Tätigkeiten wie Absiebung und Korngrößenanalyse. Ich habe einfach ein bisschen im Labor mitgeholfen. Aber das hat mir immer Spaß gemacht. Ich brauche, ganz salopp gesagt, schmutzige Finger. Und ich wollte gerne immer auch den Prozess dahinter verstehen. Deswegen hat es mich dann auch nach Höhr-Grenzhausen verschlagen an den Westerwaldcampus. Parallel zum Studium habe ich gleich am ersten Tag schon eine Lehre als Stoffprüfer in der Keramik angefangen. Das ging ganz gut. Es war natürlich sehr zeitaufwendig, ich habe dann morgens studiert und mittags gearbeitet. Aber das gab mir eben noch diesen großen praktischen Bezug. Danach bin ich mit meiner Diplomarbeit ins Unternehmen eingestiegen.

Können sie sich noch an Schwierigkeiten und Herausforderungen erinnern, denen sie am Anfang im Unternehmen begegnet sind?

Also am Anfang ist natürlich erstmal alles neu – gut, alles neu ist auch falsch, weil es natürlich ein Familienunternehmen ist. Ich bin ja auch ein Stückweit darin aufgewachsen. Aber am Anfang ist mir oft aufgefallen, dass viele Kollegen und auch viele in der Branche vorausgesetzt haben, dass ich doch eigentlich schon alles wissen müsste. Ich habe aber gerade am Anfang bewusst erst einmal sehr viel zugehört und viel angeschaut. Ich habe ein Trainee-Programm durchlaufen, um alle Abteilungen vom Verkaufsdienst über Buchhaltung, Technische Planung, bis draußen in der Produktion kennen zu lernen. Das

Labor kannte ich durch meine Ausbildung schon ganz gut. Auch im Bereich Verkauf war ich viel unterwegs, ich habe ganz viele Kunden kennen gelernt, Werke besichtigt, und das auch weltweit. Ich war sehr viel unterwegs, gerade in der Anfangszeit. So bin ich nach und nach mehr in das Unternehmen reingekommen und habe schrittweise mehr Verantwortung übernommen.

In Ihrem Unternehmen arbeiten sie als Familie zusammen. Gibt es da manchmal auch Reibungspunkte zwischen den Generationen und wie gehen sie damit um?

Mag man vielleicht vermuten, aber das war bei uns noch nie ein Thema. Ich sage immer, den Generationswechsel haben wir erfolgreich gemeistert. Da sind wir sehr stolz drauf, dass wir das ohne irgendwelche Reibungsverluste hinbekommen haben. Ich hätte mir das nicht besser wünschen können. Es ist ein Geben und Nehmen und dazu gehört vor allen Dingen, dass die ältere Generation gewillt ist, Verantwortung abzugeben. Das hat mein Vater ganz toll hinbekommen. Er sagt immer, er hat das von seinem Vater genauso erlebt. Als mein Großvater das Unternehmen an meinen Vater übergeben hat, hat er ihm frühzeitig viel Verantwortung übertragen und freie Hand gelassen und genauso hat mein Vater das jetzt auch gemacht. Aber er ist nach wie vor im Unternehmen involviert. In strategischen Fragen steht er zur Verfügung, wobei er seit einigen Jahren im operativen Geschäft nicht mehr tätig ist. Das habe ich übernommen.

Sie sind schon eine Weile bei der DKG im Bereich Nachwuchs tätig. Wie sehen sie persönlich die Nachwuchssituation in der Keramikbranche?

Auch wir sehen natürlich die Nachwuchssituation in der klassischen Keramik und in der Rohstoffbranche mit gewisser Sorge. Ich bin als Mitglied des Vorstandes der DKG

da aktiv. Wir haben verschiedene Aktivitäten gestartet, mit denen wir die Jungkeramiker zusammenbringen und ein Netzwerk aufbauen wollen. Mit dem Nachwuchsnetzwerk haben wir da schon eine sehr gute Basis, die wir nutzen möchten, um das auch weiter voran zu treiben.

Als Unternehmen haben wir, gerade was die keramischen Fachkräfte angeht, kein Nachwuchsproblem. Ich denke das liegt daran, dass wir zum einen zu den Hochschulen engen Kontakt pflegen, also wie zum Beispiel Höhr-Grenzhausen oder auch anderen keramischen Ausbildungsstätten, und zum anderen ein sehr interessantes Aufgabengebiet bieten können. Wenn bei uns jemand anfängt, kann er heute bei einem Sanitärkunden was lernen, morgen beim Dachziegelkunden und übermorgen kann er vielleicht im Bereich Feuerfest unterwegs sein. Das macht es so spannend bei uns und ich glaube deswegen haben wir auch in Zukunft immer gute Chancen, junge Fachkräfte gerade im Bereich Keramik zu finden.

Auf ihrer Internetseite schreiben sie: „Wir alle - die Mitarbeiter der Stephan Schmidt Gruppe - sind uns der Verpflichtung bewusst, eines der führenden europäischen Bergbauunternehmen für Spezialtone und mineralische Rohstoffe zu sein.“ Welche Verpflichtungen sind das?

Die Stephan Schmidt Gruppe steht für langfristige und zuverlässige Versorgung unserer Kunden. Da folgen wir der Devise: Große Mengen in gleichbleibender Qualität zur Verfügung stellen. Und mit einer jährlichen Tonnage von 1,6 Millionen Tonnen und einer Exportquote von über sechzig Prozent tragen wir heute schon nennenswert zum Erfolg unserer Kunden bei. Und der Rohstoff ist der wichtigste Input in jedem Prozess. Wenn der Rohstoff, der ganz am Anfang in den Prozess reinkommt, schon Schwankungen unterliegt und keine gute Qualität hat, dann kann ich keine



Stephan Schmidt

Stephan Schmidt jr. führt seit 2013 als Geschäftsführender Gesellschafter in der dritten Generation die Stephan Schmidt KG. Er hat in Höhr-Grenzhausen am Westwaldcampus studiert und parallel zum Studium eine Lehre als Stoffprüfer in der Keramik abgeschlossen. Mit seiner Diplomarbeit ist er in das Unternehmen eingestiegen.

erfolgreiche Produktion fahren. Das ist uns bewusst, dass wir ein gutes Qualitätssicherungssystem brauchen, womit wir große Mengen in gleichbleibender Qualität zur Verfügung stellen können.

Wie begegnen sie dem globalen Wettbewerb und dem zunehmenden Preisdruck?

In unserer Struktur, wie wir heute als Stephan Schmidt Gruppe aufgestellt sind, können und wollen wir Qualitätsführer sein und sind das auch am Markt, was die Spezialtone betrifft. Aber wir können niemals Preisführer sein. Deswegen investieren wir fortlaufend in Forschung und Entwicklung, in neue Projekte und entwickeln uns gemeinsam mit unseren Kunden ständig weiter. Wir sind der festen Überzeugung, dass die Spezialtone, die wir hier in Deutschland gewinnen, abbauen und verarbeiten, auf weltweites Interesse unserer Kunden stoßen. Das heißt, wir verfolgen nicht die Strategie, einen Tagebau in China oder sonst wo zu eröffnen und dort lokal zu versorgen. Wir stellen diese Tone, die wir hier in Deutschland fördern und verarbeiten, dem Markt in einer so konstanten Qualität zur Verfügung, dass wir auch in der Lage sind, Kunden trotz der Transportkosten weltweit zu beliefern.

Zum Thema Forschung und Entwicklung: Können sie uns etwas über Projekte verraten, die sie in den letzten Jahren auch in Zusammenarbeit mit Hochschulen und

Forschungsinstituten erfolgreich umgesetzt haben?

Ja, absolut. Neben den regelmäßigen Entwicklungen, die wir mit unseren Kunden durchführen, haben wir auch eine eigene Abteilung für Forschung und Entwicklung. Dabei ist wichtig zu erwähnen, dass unser Labor dreigliedrig aufgebaut ist. Wir haben die klassische Qualitätssicherung, wir haben

den Bereich der Anwendungstechnischen Entwicklung, AWT wie das bei uns heißt, und wir haben den Bereich F&E. Dieser Bereich Forschung und Entwicklung wird von Professor Dr. Ralf Diedel geleitet, der lange Jahre Geschäftsführer des Forschungsinstituts Glas und Keramik in Höhr-Grenzhausen war. Er bringt ein wahnsinniges Know-how und ein tolles Netzwerk mit. Sein Forschungsschwerpunkt liegt bei uns eher auf dem Bereich der Mineralprodukte, sprich außerhalb der Keramik. Trotzdem gibt es natürlich auch wichtige Forschungsprojekte, die wir mit Forschungsinstituten oder mit Kunden zusammen im Bereich der klassischen Keramik vornehmen. So haben wir aktuell ein Forschungsprojekt in der

Sanitärindustrie und auch ein Forschungsprojekt in der Fliesenindustrie, was wir mit begleiten und unterstützen. Darüber hinaus haben wir auch öffentlich geförderte Forschungsvorhaben, zwei an der Zahl, die aktuell noch laufen und drei, die unmittelbar vor der Genehmigung stehen, also die entweder vom ZIM oder vom BMBF gefördert werden.

„Den Generationswechsel haben wir erfolgreich gemeistert.“

Können sie mir ein paar Punkte nennen, die Ihr Unternehmen auszeichnen?

Ich denke, als Familienunternehmen heben wir uns in der Art und Weise der Marktbearbeitung, aber auch in der Weiterentwicklung des Unternehmens vom internationalen Wettbewerb ab. Ich glaube, das zeichnet uns am meisten aus. Und wir stehen für Kundennähe und professionelle Kundenbetreuung, langfristige Liefersicherheit und Kompetenz in allen Fragen rund um den Rohstoff Ton.

In ihrem Unternehmensfilm fällt der Satz „Produktion und Umweltbewusstsein gehen bei uns Hand in Hand“. Die Stephan Schmidt KG ist auch Mitglied der Umwelt-



© Frey



© Frey

allianz Hessen. Welche Maßnahmen ergreifen sie zum Umweltschutz?

Zur Umwelt zählen wir natürlich zum einen die wichtige Rekultivierung und Renaturierung, also alles rund um das Thema Flora und Fauna. Das nehmen wir sehr ernst. Dort haben wir neben den offiziellen großen Kooperationen wie der Umweltallianz Hessen auch verschiedene Vereinbarungen mit dem Umweltministerium in Rheinland-Pfalz, bis runter zum lokalen NABU Verband, mit dem wir kleinere und größere Projekte umsetzen.

Für uns gehört aber eben auch die Bevölkerung zur Umwelt dazu. Dort betreiben wir sehr viel Öffentlichkeitsarbeit, um den Rohstoffabbau auch wieder in das positive Bewusstsein der Bevölkerung zu heben. Wir fangen an mit Kindergartenführungen über Schüler und Studenten bis hin zu interessierten Gruppierungen, also Vereinen, die wir dann teilweise auch am Wochenende mal durch die Gruben führen. Denen erkläre ich, was wir da eigentlich tun. Wir haben da keine Geheimnisse, in die Gruben kann ja auch jeder reingucken. Von daher bringt es gar nichts, irgendwas zu verheimlichen und wir gehen da sehr offen mit um.

Was verfolgen sie für mittel- und langfristige Entwicklungspläne für das Unternehmen?

Das Rohstoffgeschäft ist natürlich ein langfristiges Geschäft. Das heißt auch damals, als ich eingestiegen bin, habe ich das Rad nicht

neu erfunden. Wir leben von kontinuierlicher Weiterentwicklung. Natürlich gibt es bei uns auch Dinge, die wir in Angriff nehmen und die wir im Fokus haben. Mittelfristig sind natürlich Themen wie Fachkräftegewinnung, Digitalisierung und Automatisierung im Fokus. Wir machen uns Gedanken, wie wir unsere Prozesse und Produkte verbessern können. Langfristig ist unser größtes Ziel, den Nutzungsgrad unserer Gruben auf hundert Prozent zu heben. Unser Ziel muss es sein, dass wir langfristig in der Lage sind, jede einzelne Tonne, die wir aus der Erde holen, einer sinnvollen Verwendung zuzuführen.

Und noch eine persönliche Frage: Als Geschäftsführer sind sie viel in Ihre Arbeit eingebunden. Was tun sie, wenn sie mal nicht an Arbeit denken wollen?

An erster Stelle steht natürlich meine Familie, meine Frau, und wir haben drei wunderbare Kinder. Wir versuchen, und das kriegen wir auch ganz gut hin, regelmäßige Urlaube zu planen und auch durchzuführen. Das ist ganz wichtig. Und ich finde, so haben wir einen ganz guten Modus gefunden inzwischen. Klar, es ist eine große Arbeitsbelastung, ich bin häufig unterwegs, habe viele Abendtermine und arbeite lange. Aber ich muss sagen, und das ist mir auch wichtig, das zu erwähnen, ich kann mich glücklicherweise zu hundert Prozent auf unser Team hier verlassen. Es läuft alles, auch wenn ich mal nicht da bin. Und das ist

schön zu wissen, dass wir ein Unternehmen haben, das die entsprechenden Strukturen hat. Man kann auch mal wegfahren oder sich bei der Arbeit um andere Dinge kümmern, ohne ständig Angst zu haben, dass das Tagesgeschäft sonst nicht weitergeht.

Können sie sich vorstellen, dass ihre Kinder später auch ins Unternehmen einsteigen?

Klar. Jeder hat schon einen eigenen Helm mit Namen. Wir fahren regelmäßig in die Grube und führen die Kinder da spielerisch ran. Ich glaube, das war auch das Erfolgsgeheimnis meiner Eltern, warum wir alle ins Unternehmen reingekommen sind. Für uns war das Unternehmen immer eine tolle Sache, da waren Maschinen, die haben sich bewegt, und wir konnten auch mal mit nach Italien. Das ist dann natürlich auch aufregend, mit zehn Jahren eine Geschäftsreise nach Italien zu machen und zu sehen, bis wohin wir unsere Tone verkaufen. Und genauso versuchen wir das jetzt auch. Wobei wir auch immer sagen, man muss das machen, woran man Spaß hat. Wenn die Kinder nachher was ganz anderes machen wollen, dann ist das auch okay. Das Unternehmen kann nur langfristig erfolgreich funktionieren, wenn jemand mit Herzblut dran ist. So war das in der ersten Generation und genauso muss das auch in der vierten Generation sein. ◀

Vielen Dank für das Interview.

Interview: Leyla Buchholz