

Interview

Interview mit Prof. Dr.-Ing. Udo Ungeheuer, Vorsitzender des Vorstands der SCHOTT AG

1. Im Oktober wurde die 100-millionste Glaskeramik-Kochfläche produziert. Welche technische Entwicklung ermöglichte SCHOTT in den vergangenen Jahren die Verdoppelung seiner Produktion?

Dass wir die Produktion der Glaskeramik-Kochflächen in den vergangenen Jahren beinahe verdoppeln konnten, liegt an den Kapazitätserweiterungen, mit denen wir der hohen Nachfrage und den Qualitätsanforderungen unserer Kunden gerecht werden. Dazu gehört ein automatisiertes Produktionsverfahren und eine patentierte Technologie beim Schmelzverfahren, die weltweit einzigartig ist.

2. Wenn Sie auf die erste Glaskeramik-Kochfläche, die von SCHOTT produziert wurde, zurückblicken – welche Bilanz ziehen Sie?

In den vergangenen 38 Jahren hat sich die Qualität unserer Glaskeramik-Kochfläche kontinuierlich weiterentwickelt. In puncto Materialeigenschaft, Produktionseffizienz und Design haben wir seit Beginn der ersten Serienproduktion im Jahre 1971 unsere Glaskeramik immer wieder verbessert und unseren Kunden ein hochwertiges Produkt geliefert. SCHOTT ist Innovations- und Technologieführer und belebt den Markt für Glaskeramik-Kochflächen immer wieder mit neuen Innovationen. Über die Jahre haben wir Trends gesetzt und neben der klassischen schwarzen Kochfläche auch weiße, graue und transparente Exemplare in die Märkte eingeführt und unterschiedlichen Formen etabliert. Rückblickend betrachtet hat sich CERAN® zu einer wahren Erfolgsgeschichte entwickelt.

3. Was sind für Sie die entscheidenden Veränderungen in den Bereichen Kochfeld und Küche?

Die Kochfläche hat sich von einem rein funktionalen Produkt hin zu einem Statussymbol und Ausdruck des persönlichen Lebensstils entwickelt. Beim Küchenkauf hat die Wahl

des Kochfelds über die Jahre für den Konsumenten zunehmend an Bedeutung gewonnen. In vielen europäischen Ländern, wie zum Beispiel Deutschland, Frankreich und Spanien, ist es eine Selbstverständlichkeit geworden, auf Glaskeramik zu kochen. Andere Kochfeldtypen werden zunehmend verdrängt. Insbesondere durch die Verschmelzung von Küche und Wohnraum werden neue Design- und Produktvarianten immer wichtiger, um das Gesamterscheinungsbild optimal abstimmen zu können. Ein weiterer Trend ist, dass intelligente und benutzerfreundliche Bedien- und Anzeigenelemente verstärkt in das Kochfeld integriert werden. Dies soll in erster Linie dem anhaltenden Trend zu mehr Convenience Rechnung tragen.

4. Welchen Stellenwert hat SCHOTT CERAN® in dem Unternehmen SCHOTT?

Die Geschäftsbereiche Home Tech, zu dem SCHOTT CERAN® gehört, sowie Pharmaceutical Packaging und Solar gehören zu den drei wichtigsten und erfolversprechendsten Unternehmensbereichen der SCHOTT AG. Die Produktmarke SCHOTT CERAN® ist seit mehr als 45 Jahren eine geschützte und eingetragene Marke und besitzt in unserem Konzern einen sehr hohen Stellenwert. CERAN® ist eines der bekanntesten Produkte und Marken in unserem Portfolio und hat wirtschaftlich gesehen einen enormen Beitrag zu den positiven Konzernergebnissen geleistet. Und auch für die Zukunft sind wir zuversichtlich: Auf der Basis unserer Forschungsarbeit, die in der Branche einzigartig ist, entwickeln wir immer wieder innovative Produkte, die den Bedürfnissen unserer Kunden entsprechen und neue Trends setzen.

5. SCHOTT CERAN® ist Weltmarktführer im Bereich der Glaskeramik-Kochflächen. Wie schaffen Sie es, angesichts der aktuellen Wirtschaftskrise weiterhin erfolgreich zu sein?

Die Hausgeräteindustrie ist weltweit von der Finanz- und Wirtschaftskrise nicht verschont geblieben. Die Rahmenbedingungen haben sich in dem äußerst umkämpften Markt für die einzelnen Hausgerätehersteller weiter verschärft. Doch wir werden unsere starke Position als Innovations- und Technologieführer weiterhin behaupten und der schwierigen Lage mit Produktivitätssteigerungen, einer Innovationsoffensive und einer weiteren Stärkung der Markenpositionierung begegnen. Zum Beispiel mit unserer neuen Glaskeramik Kochfläche, die als einzige weltweit ohne die giftigen Schwermetalle Arsen und Antimon produziert wird. Damit reagieren wir auf das Bedürfnis der Verbraucher, umweltfreundlich und nachhaltig zu leben, und sind den Bestimmungen der Europäischen Union schon heute einen Schritt voraus. Während die Hausgerätemärkte

in Russland, Spanien und Großbritannien stark eingebrochen sind, gibt es in anderen Ländern Wachstumssignale. An erster Stelle ist hier Frankreich zu nennen, wo wir durch den Trend zur Induktionstechnologie ein moderates Wachstum erreicht haben. Auch in Deutschland und Polen sind die Auftragseingänge durchaus stabil. Wir gehen davon aus, dass sich der europäische Markt 2010 stabilisiert und 2011 eine leichte Erholung einsetzen wird.

6. Welche Innovationen plant SCHOTT für die Zukunft?

Wir werden den Markt gemeinsam mit unseren Partnern aus der Hausgeräteindustrie weiterentwickeln und vorantreiben. Im Zentrum steht für uns der Ausbau der umweltfreundlichen Produkte. Mittelfristig planen wir sogar die gesamte Produktpalette auf umweltfreundliche Glaskeramik umzustellen. Darüber hinaus werden wir neue Designs entwickeln, um unseren Kunden die Möglichkeit zu bieten, ihre Geräte einzigartig zu machen. Erste Produkteinführungen finden bereits zu Beginn des Jahres 2010 statt und werden den Bereich der Kochfelder stark beleben. Ein weiterer Schwerpunkt ist das Thema Licht. Was wir hier genau geplant haben, können wir aber zu diesem Zeitpunkt noch nicht verraten.

Kontakt für Journalistenfragen:

Schott AG
Home Tech
Björn Weller
Tel. +49(0) 6131- 66-1617
E-Mail: bjoern.weller@schott.com

komm.passion GmbH
Birgit Kranzusch
Tel. +49(0) 211-600 46-115
E-Mail: birgit.kranzusch@komm-passion.de

SCHOTT ist ein internationaler Technologiekonzern, der seine Kernaufgabe in der nachhaltigen Verbesserung der Lebens- und Arbeitsbedingungen der Menschen sieht. Dafür werden seit nahezu 125 Jahren Spezialwerkstoffe, Komponenten und Systeme entwickelt. Unsere Hauptmärkte sind die Branchen Hausgeräteindustrie, Pharmazie, Solarenergie, Elektronik, Optik und Automotive. Der SCHOTT Konzern ist mit Produktions- und Vertriebsstätten in allen wichtigen Märkten kundennah vertreten. Rund 17.300 Mitarbeiter erwirtschafteten im Geschäftsjahr 2007/2008 einen Weltumsatz von 2,2 Milliarden Euro. Die technologische und wirtschaftliche Kompetenz des Unternehmens ist verbunden mit der gesellschaftlichen und ökologischen Verantwortung. Die SCHOTT AG ist ein Unternehmen der Carl-Zeiss-Stiftung.