

punkt.RBW



RHEINISCH-BERGISCHE WIRTSCHAFTSFÖRDERUNGSGESELLSCHAFT MBH
WWW.RBW.DE

Marktführer aus dem
Rheinisch-Bergischen Kreis

Hidden Champions





Roscommon & Peacock International GmbH | Kürten

Mit britischem Firmennamen durch die Welt der Kunststoffe

Roscommon & Peacock International GmbH ist auf dem Schild an der Tür zu lesen. Der Name klingt britisch. Das Wappen über dem Schriftzug adelig. Tatsächlich wird in der Firma oft Englisch gesprochen. Die Kundschaft ist international. Doch hinter der vornehm wirkenden Fassade verbirgt sich ein humorvoller 50-jähriger Jungunternehmer aus Kürten.

„Meine Frau ist schuld an dem Namen“, erklärt Martin Schmid. Sie schenkte ihrem Mann als Gag ein Stück Land in Irland. Damit ist der 50-Jährige anerkannter und verbriefter Lord of Roscommon. In der Gründungsphase seines Unternehmens suchte er nach einer passenden Bezeichnung für seine Firma. „Schmid ist ja kein Name, sondern ein Gattungsbegriff“, stellt er mit einem Augenzwinkern fest. Roscommon höre sich doch viel besser an. Und da der stille Teilhaber ein Unternehmen mit dem Namen Pfau betreibt, hängt er an das Roscommon einfach noch ein „Peacock“, englisch für Pfau, an. „Der Name ist immer wieder ein Gesprächsthema“, so die Erfahrung von Schmid. Er wirkt zufrieden.

Bei der Firmengründung ging es Schlag auf Schlag. „Am 14. Januar war der Gründungstermin, am 15. kamen die Möbel und am 18.



Rheinisch-Bergisches
TechnologieZentrum

Computer und Internet“, erzählt Schmid. Vor acht Jahren hatte der 50-Jährige schon einmal den Gang in die Selbstständigkeit vorbereitet, nun setzte er die Pläne um. „Der Zeitpunkt ist gut“, ist er überzeugt. Mit seiner Firma deckt Schmid zwei Geschäftsfelder ab. Das eine ist der Handel mit Kunststoffen inklusive Recycling. Das andere bezeichnet er schlicht als Nanotech-

nologie. Im Moment arbeitet er größtenteils alleine, beschäftigt eine Mitarbeiterin stundenweise. „Doch ich möchte wachsen, das ist erst der Anfang“, stellt er klar.

Martin Schmid ist Industriekaufmann. Vor 30 Jahren absolvierte er seine Ausbildung bei Bayer. Danach war er für das Weltunternehmen in kaufmännischen Funktionen tätig, vor allem im Ausland. Dabei hat er sich einen reichen Erfahrungsschatz und viel Erfahrung angeeignet. „Seit 25 Jahren beschäftige ich mich mit Kunststoffen, Polymeren und Recycling“, beschreibt er sein Tätigkeitsfeld. Ab 2005 baute er im Teilkonzern Bayer MaterialScience einen neuen Geschäftsbereich auf, der sich mit der Herstellung und dem Vertrieb von Nano-Partikeln spezialisiert hat. „Ich habe mich fünf Jahre mit Kohlenstoff-Nanoröhrchen beschäftigt, war viel in Russland, Japan und



Fotos: Landschoof (4)



USA unterwegs“, erinnert sich Schmid. Noch heute ist er auf einem aktuellen Werbeplakat des Leverkusener Unternehmens zu dem Thema zu sehen.

Kohlenstoff-Nanoröhren sind nanoskalige mikroskopisch kleine röhrenförmige Gebilde. „Sie machen Kunststoffe elektrisch leitfähig“, erklärt Schmid. „Sie leiten Elektrizität besser als Kupfer.“ Um die Größe dieser Nanoröhrchen zu veranschaulichen, greift er zu einem Vergleich. „Wenn der Planet Erde 1 Meter groß wäre, dann hätte ein Heißluftballon die Größe eines Nanometers.“ Nanotechnologie ist ein Sammelbegriff für eine weite Palette von Technologien, die sich mit Strukturen und Prozessen auf der Nanometerskala befassen. „DVD-Player arbeiten mit Nanotechnologie, genauso wie die bewegungsempfindliche Oberfläche des iPhones“, führt der 50-Jährige beispielhaft an. Nanotechnologie würde allgemein als Technologie des 21. Jahrhunderts bezeichnet. „Aber sie steckt noch in den Kinderschuhen“, so die Einschätzung von Schmid.

Einige Firmen haben sich auf einzelne Sparten in der Nanotechnologie spezialisiert. Und genau da kommt die Roscommon & Peacock GmbH ins Spiel. Eine amerikanische Firma, die Applied Nanotech Holdings Inc. produziert Metalle in Nanogröße. Mit

ihr hat das Unternehmen mit Firmensitz in Moitzfeld einen Kooperationsvertrag. „Meine Aufgabe ist es, Anwendungen für Produkte mit potentiellen Kunden zu finden“, erklärt Schmid. Er versuche der Ableger der Firma in Europa zu sein. Zugute kommt ihm dabei sein Wissen und das Netzwerk, das er im Laufe der Jahre aufgebaut hat.

Seine Erfahrungen und vor allem die vielen persönlich bekannten Ansprechpartner in der Branche erleichtern ihm auch in dem zweiten Tätigkeitsschwerpunkt die Aufbauarbeit: dem Kunststoffhandel und Recycling. „Ich führe keine eigenen Recyclingtätigkeiten durch“, stellt er klar. Vielmehr bietet er gemeinsam mit einem Firmenverbund dauerhafte Lösungen an. „Nehmen sie zum Beispiel das Spielzeug, das bei manchen Fastfoodherstellern in den Kindertüten mit drin ist, das darf nichts kosten“, erklärt Schmid. Das so kostengünstig herzustellen sei nur in Asien möglich, allerdings mit recyceltem Plastik aus Europa. Auch hier hat er Ansprechpartner, arbeitet mit einem Firmenverbund in Asien zusammen. Schmid: „Für meine Geschäftspartner in Fernost akquiriere ich Kunststoffe, zunächst einmal nur in Deutschland.“

Neuen Entwicklungen in der Kommunikationstechnologie steht Martin Schmid offen

gegenüber. „Technische Möglichkeiten muss man nutzen, ganz klar“, ist er überzeugt. Doch wenn es um die Pflege von Kundenkontakten geht, dann bezeichnet er sich selber als konservativ. „Ein Geschäft wird zwischen Menschen gemacht“, so der Firmengründer. Für ihn ist der persönliche Kontakt ein Garant für den Erfolg. „Ich war immer viel unterwegs, daran wird sich auch jetzt nichts ändern.“ Nur an eines fällt es ihm schwer sich zu gewöhnen. „Die NanoTech in Tokio, die weltweit größte Messe in diesem Bereich, fällt fast immer mit Karneval zusammen.“ Für den bekennenden Karnevaljecken ein echtes Problem. In diesem Jahr ging sein Flieger in Richtung Asien am Rosenmontag.

Elke Landschoof