

Ewald Mattes produziert mit Blick auf den Vertrieb; im Bild mit den Simec-Gattern von Rexgranit in Brück bei Berlin



Rexgranit:

# Werte, Würde, Wandel

Über Selbstvertrauen und Selbstgerechtigkeit, Stärken und Schwächen von Unternehmern, Grenzen von Naturwerkstein, neue Chancen durch Materialkombinationen, Markttrends und den Umgang mit Architekten sprach **Naturstein** mit Ewald Mattes, geschäftsführender Gesellschafter der Firma Rexgranit in Brück bei Berlin.

**Naturstein:** Herr Mattes, Ihr Gesicht gehört zu den bekanntesten der Branche, ziert es doch fast alle Anzeigen von Rexgranit. Sind Sie eitel?

**Ewald Mattes:** Wer ist nicht eitel? Aber darum geht es hier nicht. Dass ich auf unseren Anzeigen persönlich agiere, ist für mich die höchste Form von Ehrlichkeit und Offenheit. Denn damit wage ich mich aus der Anonymität. Ich mache mich angreifbar.

Man kann mich ansprechen, bewerten, kritisieren, und das will ich auch. Jeder soll sehen können, hier steht einer mit seiner ganzen Person ein für das, was er verspricht.

**Das zeugt von großem Selbstvertrauen!**

Man bekommt schon ein gesundes Selbstvertrauen, wenn man viel leistet und erfolgreich ist. Was ich und was wir hier in Brück aufgebaut haben,

hat mich geprägt, und ich bin stolz darauf. Ich habe Ehrgeiz und ich habe Visionen, aber ich bin für andere offen und fair. Ich sehe mich als Leader, ich stehe ganz vorn. Aber ich fordere von anderen nichts, was ich nicht selbst erfüllen könnte.

**Sehen Sie sich als Vorbild?**

Ich meine, man muss Vorbild sein als Unternehmer – für seine Leute, auch für die Kunden, die Lieferanten, die Geschäftspartner. Jeder, mit dem man zu tun hat, muss spüren und sehen: Da ist einer, der meint, was er sagt und fordert.

**Was zeichnet einen guten Firmenchef aus?**

Er muss seine Stärken kennen und noch mehr seine Schwächen. Er muss für jedermann – von der Belegschaft

bis zu den Kunden – berechenbar und zuverlässig sein. Er muss ständig bereit sein, noch dazulernen, so auch ich mit meinen 58 Jahren, und immer auf der Suche bleiben. Wenn der Chef neue Entwicklungen, Chancen und Risiken nicht rechtzeitig erkennt, kann ein Unternehmen schnell ins Rutschen kommen. Das war in letzter Zeit oft genug zu beobachten.

**Sagen Sie doch einmal etwas zu Ihren Schwächen!**

Ich werde leicht ungeduldig. Und ich bin allergisch gegen Unordnung, schieße dann auch mal über das Ziel hinaus. Das tut mir dann leid. Aber es ist vielleicht auch mit ein Grund für unseren Erfolg. Man muss schon etwas fordern, wenn man etwas bewegen will. Der Granitküchenproduzent Michael Marquardt, einer unserer engsten Geschäftspartner, ist ein Meister, was erfolgsorientiertes Marketing betrifft. Beispielsweise lässt er die Mitarbeiter und Monteure seiner Fabrikkläden von den Konsumenten bewerten. Solch einer Kritik durch Kunden müsste sich auch jeder Unternehmer unterwerfen und dies nicht als Zumutung, sondern als sportliche Herausforderung begreifen. Konkurrenten sollte man wie Gegenspielern in einem sportlichen Wettbewerb begegnen.

**Ist das nicht der Fall?**

Natürlich stehen wir im Wettbewerb, aber nicht immer ist der sportlich im Sinne von fair. Ich finde, dass man in anderen Branchen anständiger miteinander umgeht. Immer öfter wird versucht, sich auf Kosten anderer zu

profilieren. Persönliche Meinungen werden zu objektiven Feststellungen erhoben, wenn es darum geht, einen Mitbewerber hart in die Kritik zu nehmen. Wer etwas Neues versucht, wird schnell diskreditiert oder bewusst in ein falsches Licht gesetzt – unsportlich eben.

**Ist das nicht die natürliche Folge eines sich verschärfenden Wettbewerbs auf einem hart umkämpften Markt?**

Ich dachte früher auch, dass wir auf dem deutschen Naturwerksteinmarkt extrem konkurrieren. Doch anderen geht es nicht besser, auch nicht in unserem Metier. Schauen Sie ins italienische Veneto. Da gibt es Tausende von Marmorbetrieben. Aber die denken partnerschaftlicher und sind bereit zur Kooperation. Uns fehlt es an Toleranz. Wir müssen lernen zu akzeptieren, dass auch andere Mütter hübsche Töchter haben. Auch andere leisten gute Arbeit und haben glückliche Kunden.

**Sie setzen sich durch besondere Produkte wie dünne Großformate und kalibrierte Unmaßplatten vom Wettbewerb ab. Erschließen Sie sich dadurch neue Zielgruppen?**

Durchaus, denn mit unserer Produktstrategie, die wir seit 15 Jahren konsequent verfolgen, empfehlen wir uns als Garant für Präzision. Ergebnisse dieser Strategie sind beispielsweise unsere KingSize-Platte oder die beidseitig kalibrierte Silklina-Platte. Zu den Kunden, die wir durch diese Strategie gewonnen haben, gehört zum

**ZUR PERSON:**

**Ewald Mattes**

Der 58-Jährige ist Quereinsteiger in der Steinbranche. Aufgewachsen im schwäbischen Bissingen, lernte er zunächst Werkzeugmacher und arbeitete für den Flugzeugbau. So fertigte er Teile für den Starfighter. Später war er im Stahlbau tätig und geriet 1974 eher zufällig an die Familie Schöpfel. Fortan faszinierte ihn jedoch der Naturstein. So wurde er 1976 zunächst Vertriebsbeauftragter, ab 1988 Vertriebs- und Marketingchef der Juma Natursteinwerke in Gungolding. 1992 wagte er den Schritt in die Selbstständigkeit und gründete

mit Gebhard Schick aus Ulm die Rexgranit GmbH im brandenburgischen Brück. Später erwarb er Schicks Anteile. Seinen privaten Lebensmittelpunkt hat Mattes weiter im Altmühltal, konkret in Beilngries. Hier lebt auch seine Frau, mit der er seit 35 Jahren glücklich verheiratet ist, wie er betont. Sein ältester Sohn ist Industriemeister in der Metallbranche, Markus, der Jüngere, leitet die Geschäfte im Marquardt-Granitwerk Brück. Privat spielt Mattes gern Tennis und Golf. Er ist Mitgesellschafter der Altmühlgolf Beilngries GmbH.

**Exklusiv:  
Neubrunner  
Sandstein**

**HEMM.STONE** 

Ein Unternehmen  
der Sto Gruppe

Die Sto AG ist ein  
Aussteller auf der BAU 2009  
Halle A4, Stand 311

HEMM STONE GmbH  
Natursteinwerk Kirchheim  
Mergentheimer Straße  
97268 Kirchheim  
Tel.: 093 66/82-0  
Fax: 093 66/82- 33  
info@hemmstone.de  
www.hemmstone.de



**Ewald Mattes, geschäftsführender Gesellschafter der Firma Rexgranit**

Fotos: Harald Lachmann

Beispiel ein Produzent von keimfreien Systemen für Kliniken und Labore. Für seine Objekte benötigt er Platten im Format 2,50 x 1,20 m, da er aus hygienischen Gründen wenig Fugen haben will. Dieser Kunde liefert nach halb Europa.

**Ihr Unternehmen trägt Granit im Namen; auf der Suche nach neuen Märkten beschränken Sie sich aber nicht auf Naturwerkstein.**

Das ist richtig. Wir experimentieren erfolgreich mit Kombinationen von Naturstein und Glas oder Naturstein und Putz- bzw. Dämmsystemen. Wir bearbeiten auch 6 mm dünne, acryl-

harzgebundene Quarzwerkstoffplatten – als Dienstleister. Hier sehen wir für die Zukunft große Marktchancen.

**Quarzwerkstoff als Alternative zu Granit?**

Nein, nicht als Alternative. Mit diesen Produkten können wir uns vielmehr zusätzliche Märkte erschließen, z. B. mit dem Bau von leichtgewichtigen Messeständen oder durch das Bereitstellen von Produkten im Rahmen der durchgestylten Farbkonzepte von großen Konzernen wie BMW, Toyota oder Shell. Die gewählten Farben finden oft keine Entsprechung in der Natur. Den Anspruch kann somit kein

Naturwerkstein erfüllen, sondern nur ein künstliches Produkt. Auch Super-Unifarben, wie sie derzeit sehr gefragt sind, etwa Stahl- und Aluminiumfarben oder Reinweiß, gibt es nicht als Naturwerkstein. Engineered Stone überzeugt aber auch durch seine technischen Eigenschaften, die große Formate und hohe Beanspruchbarkeit bei geringerem Gewicht ermöglichen. Das ist die Entwicklung. Ob man sich dagegen stellt oder nicht – man hält sie nicht auf. Für uns, die wir die Technologie und die Erfahrungen aus dem Granit haben, bedeutet dieser Trend eine zusätzliche Chance.

**Das ist aber kein Abgesang auf traditionelle Natursteinprodukte?**

Beileibe nicht! Naturwerkstein und speziell Granit hat noch auf lange Sicht eine tragfähige und existenzsichernde Zukunft. Dieser Baustoff hat so viele positive Eigenschaften, dass er über Generationen ein so faszinierendes wie erfolgreiches Produkt bleiben wird. Aber es wird Veränderungen geben, beim Absatz, in der Präsenz, auch bei den Herstellungsverfahren. Ich rechne mit noch mehr Systemkombinationen und neuen Trägersystemen. Wir müssen den Stein noch dünner machen und ihm so neue Anwendungsbereiche erschließen. Stein gilt als brüchig, schwer und teuer. Mit diesen Vorurteilen müssen wir aufräumen, indem wir die tollen Eigenschaften dieses Werkstoffs besser mit anderen Materialien kombinieren.

**Sie liefern viel an die Möbelindustrie zu, etwa Unmaßplatten für den Küchenhersteller Marquardt. Welche Farben bzw. Gesteinsorten liegen im Trend?**

Dauerläufer im Innenausbau sind klassische Steine, vor allem in Schwarz, aber auch Anthrazit und Weiß. Materialien wie ROSSO BALMORAL, MULTICOLOR und blaue Steine verlieren an Bedeutung. Sie werden auch durch attraktive Marmorarten und exotische Natursteine ersetzt. Darauf muss ein Unternehmer vorausschauend reagieren. Er braucht zuverlässige Lieferanten, die schwarzes Rohmaterial in ausreichender Menge und entsprechender Qualität rechtzeitig beschaf-

**KURZINFO:**

**Rexgranit GmbH**

Produktionsbeginn war am 5. März 1993. Das Unternehmen ver- und bearbeitet mit 30 Mitarbeitern auf 45 000 m<sup>2</sup> Betriebsfläche jährlich rund 2 500 m<sup>3</sup> Granit-Rohblöcke zu gut 150 000 m<sup>2</sup> Rohplatten. Zum Maschinenpark gehören sechs Jungbagger. Die Kernzielgruppe sind Naturstein- und Verlegebetriebe, der Baustoffhandel, Küchen- und Möbelhersteller, anspruchsvolle Bauherren, Architekten und Innenarchitekten. Das Produktspektrum umfasst Blockware, Unmaßplatten, trittsichere Bodenplatten, Fassaden, Fenster-

bänke, Treppenanlagen, Küchenarbeitsplatten und Naturstein-Fertigarbeiten. Ein weiterer Produktionsschwerpunkt ist die Wasserstrahltechnik. Mit einem 4 000 bar starken und 3 600 km/h schnellen Jetstrahl werden auf einer CNC-gesteuerten Hochdruck-Schneideanlage geometrische und figurative Gestaltungsideen in unterschiedlichen Materialien (Granit, Glas, Metall, Keramik) realisiert. Der Jahresumsatz beläuft sich auf rund 5 Mio. €.

fen können. Diese Materialbevorzugung setzt eine gute Liquidität voraus.

**Wie sieht es mit einheimischen Steinen aus?**

Ein interessanter Markt! Viele Architekten und Bauherren suchen derzeit nach neuen Dingen. Dabei entdecken sie auch alte Steine wieder.

**Hat der Baustoff Naturwerkstein bei Architekten Ihrer Erfahrung nach einen besonderen Stellenwert?**

Wir bieten Innenarchitekten und Bauplanern seit Jahren per Telefon und Internet Verkaufshilfen und technische Unterstützung an. Der Architekt ist Absatzmittler, denn er berät öffentliche Bauherren und den Endverbraucher. Ich persönlich erlebe immer wieder, dass Architekten für Naturstein sehr empfänglich sind

und diesen Baustoff auch empfehlen. Das liegt sicher auch daran, dass Naturstein für viele bezahlbar geworden ist.

**Aber gibt es seitens der Planer nicht auch viele Vorurteile gegen Naturwerkstein?**

Es gibt Verunsicherungen, die daher rühren, dass durch Ausführungsmängel Schäden entstanden, über die sehr viel gesprochen wird. Hinzu kommt, dass sich Architekten mit einer Vielzahl von Baustoffen konfrontiert sind. Mit Naturwerkstein setzen sie sich in der Regel nur dann auseinander, wenn ein Projekt ansteht, bei dem Naturwerkstein zum Einsatz kommen soll. Architekten brauchen einen kompetenten Ansprechpartner. Wenn er ihn findet, lässt er sich meiner Erfahrung nach gerne beraten, auch was Einzelheiten wie Materialeigenschaften, Ästhetik, Anwendungsbereiche, Budgetfragen, Montage, Befestigung

und Logistik betrifft. Architekten wollen präzise Informationen.

**Wie lange wollen Sie noch auf der Kapitansbrücke stehen?**

Ich habe noch viel Spaß an meiner Arbeit und werde dem Unternehmen, wenn möglich, noch zehn Jahre zur Verfügung stehen. Dann werde ich ein geordnetes Haus hinterlassen. Darunter verstehe ich auch, dass eine kleine Rendite übrig bleibt, so 5 bis 7%, damit wir Rexgranit stets auf dem technisch neuesten Stand halten können. Mit meinem Sohn Marcus, der heute 31 Jahre alt ist, haben wir auch schon eine gute Nachfolgeregelung gefunden. Er führt heute die Marquardt-Granitwerk Brück GmbH und lebt mit seiner Familie bereits in Brandenburg. Ich freue mich sehr darüber, wie sich das entwickelt hat.

Interview: Harald Lachmann

Ihr Spezialist für  
Naturstein-  
Verankerungssysteme



**HAZ METAL**  
BEFESTIGUNGSSYSTEME

HZ-02 Z Anker Befestigungssysteme	AXO Bodyanker Befestigungssysteme	Mörtelanker Befestigungssysteme
	<p><b>Schnellmontage mit international bewährter Dübeltechnik</b></p> 	
<p><b>HAZ Kleber</b></p>	<p><b>Dübelssysteme</b></p>	<p><b>Leibungswinkel - Gewindebolzen</b></p>
 <p>Kitten und Kleben 2-komponenten Steinkitte auf Polyesterharzbasis</p>	 <p>Händler führender Dübellhersteller</p>	
<p>Standard Produkte:</p> <p>Body Anker, Mörtel Anker, Leibungswinkel, Kleber; ab Lager Wertheim</p>		<p>Unser Beratungsteam in Wertheim ist für Sie da.</p>  <p>HAZ Metal Deutschland GmbH Leonhard-Karl-Straße 29 97877 Wertheim Telefon : 0049 9342 93590 Telefax : 0049 9342 935929 e-mail : info@hazmetal.de Url : www.hazmetal.de</p>

Haz Metal ist ein Unternehmen der Haz Group of Companies die weltweit zu den führenden Ankerherstellern gehört.

Unter Berücksichtigung einschlägiger Vorschriften, sowie dem Aspekt der Wirtschaftlichkeit, werden Ankersysteme entwickelt und Verankerungsvorschläge erarbeitet.