

Samstag, 25. August 2018

Mit 90 Jahren plötzlich voll im Trend

Möhringen/Leinfelden Naturkosmetik boomt, Speick profitiert davon. Abheben wird der Traditionsbetrieb deshalb nicht. *Von Tilman Baur*

Speick – wer einmal einen Drogeriemarkt betreten hat, kennt diesen Namen. Der Familienbetrieb wird im September 90 Jahre alt und heißt so wie die Pflanze, deren Extrakt die Produkte ausmachen. „Die Speick-Pflanze ist Bestandteil aller unserer Produkte, von Kopf bis Fuß“, sagt Wikhart Teuffel, der den Familienbetrieb seit 1997 führt. Erfrischend, belebend und beruhigend soll sie wirken und sei für alle Kosmetik-Produkte geeignet.

Hoch in den Kärntner Alpen graben Almbauernfamilien das wild wachsende, aromatische Baldriangewächs aus und liefern es nach Leinfelden.

Als Seifenhersteller fing Speick 1928 in Möhringen an, 1968 folgte der teilweise Umzug an die Benzstraße nach Leinfelden. Seit zehn Jahren ist das gesamte Unternehmen dort angesiedelt. Im vergangenen Jahr kam ein Anbau hinzu. Die Geschäfte laufen, Naturkosmetik ist gefragter denn je. Teuffel spricht von zweistelligen Wachstumswerten.

Mit den Naturprodukten, die ohne Aluminiumsalze, Alkohol oder Palmöl auskommen, entspricht man heute dem Zeitgeist. Dabei hat sich die grundlegende Ausrichtung des Unternehmens eigentlich nie verändert. 130 Produkte umfasst die Palette von Speick, vom Deo Roll-on über Shampoos, Mizellenwasser und Gesichtscremes bis hin zu Haarseifen.

Kunden kaufen die Artikel in großen Drogerieketten, Bio-Supermärkten, Reformhäusern und Apotheken. „Wir wachsen konstant, können aber keine Purzelbäume schlagen“, so Wikhart Teuffel. Will

man auch nicht, denn der Markenkern der Leinfeldener ist Nachhaltigkeit, auch das ein Begriff, den das Unternehmen schon lange verinnerlicht hatte, bevor er modisch wurde. 2014 gab es dafür den CSR-Preis (Corporate Social Responsibility) der Bundesregierung für nachhaltiges Wirtschaften. Nachhaltig sind die Rohstoffe der Speick-Produkte, sie stammen zum Großteil aus der Region. Am Standort produziert man Solarenergie, verwendet Ökostrom und Biogas. Nachhaltigkeit spiegelte sich auch im Umgang mit den Mitarbeitern, so Wikhart Teuffel: „Wir schaffen eine Arbeitsumgebung, die keinen negativen Stress erzeugt und keinen Burn-out“, erklärt der 64-jährige.

Stress ist im Betrieb tatsächlich wenig zu spüren. Im Labor sind chemisch-technische Assistenten und Hygienetechniker zu Gange, Speick-Wurzeln lagern in Gläsern auf Regalen. Zutritt hat man nur mit weißen Kitteln, Schuhen und Kopfbedeckung. Ämter überprüft und bewerteten regelmäßig die Bedingungen im Betrieb. „Ist der Bart länger als drei Millimeter, braucht man einen Bartschutz“, erklärt Wikharts Sohn Valentin Teuffel die peniblen Vorgaben der Behörden.

In der chemischen Produktionshalle stehen große Mischmaschinen aus Edelstahl, ein grün gefärbtes Etikett zeigt an, dass eine Charge „Men Active Deo Roll-on“ freigegeben ist und verpackt werden darf. Verpackung und Abfüllung befinden sich im oberen Stock. Dort liegen hunderte kleine Glasflaschen auf dem Fließband, rollen Richtung Maschine, die ihnen das soge-



Wikhart Teuffel (rechts) leitet das Unternehmen. Mit seinem Sohn Valentin (links) steht der Nachfolger auf den Speick-Chefsessel aber schon in den Startlöchern. *Foto: Tilman Baur*



Made auf den Fildern

In einer Serie stellen wir Unternehmen vor, die auf der Filderebene tätig sind.

nannte Fitment aufpropft, also die Kugel des Deo-Rollers, und schließlich auch den Deckel. Eine zweite Maschine etikettiert die Fläschchen, bevor Mitarbeiter am Ende des Bands sie in kleine Kartons legen. Danach geht es ins Lager, wo 250 Tonnen Speick-Produkte liegen.

Das originäre Speick-Geschäft, die Seifen-Produktion, ist heute nicht im Gang, Deos und Shampoos haben gerade Vorrang. 70 000 Seifenstücke schafft ein Aggregat täglich, zehn Millionen Stück verlassen jedes Jahr die Produktionshalle. Mit der Stabsübergabe von Vater zu Sohn haben es

Wikhart und Valentin Teuffel nicht eilig, einen fixen Termin gibt es nicht. Der 31-jährige Valentin ist im Speick-Universum aufgewachsen, hat als Schüler in der Produktion sein Taschengeld aufgebessert, zwischendurch eigene Erfahrungen in der österreichischen Molkereibranche gesammelt und firmiert jetzt als Assistent der Geschäftsleitung.

„Ich unterstütze alle Abteilungen, halte mich auf dem Laufenden“, beschreibt er seine Rolle. Bis zum 100-Jahr-Jubiläum in zehn Jahren dürfte er auf dem Chefsessel Platz genommen haben.