

Business nach holländischer Art

28. Mai 2011

BÄRETSWIL. Gestern feierte die Firma Akzo Nobel in Bärenswil Eröffnung. Der neue Standort ist der finale Schritt beim Wandel einer Traditionsfirma zu einem weltweit vernetzten Unternehmen.

STEFAN KRÄHENBÜHL

«Blau»: So könnte man die Corporate Identity des holländischen Grosskonzerns Akzo Nobel mit einem Adjektiv definieren. Die Farbe prägt beim weltweit grössten Hersteller von Farben und Lacken alles. Von der Visitenkarte über das Firmenlogo – ein blauer Mann mit ausgestrecktem Arm – bis hin zur Fassadenfarbe der Firmensitze. Der neu bezogene Ableger des Unternehmens in Bärenswil ist anders. Er ist knallrot. «Dafür hatten wir einfach noch keine Zeit», sagt Markus Ineichen. «Aber selbstverständlich wird das Firmengebäude bald einen blauen Anstrich erhalten.»

Markus Ineichen ist einer von drei Geschäftsführern bei der Bärenswiler Akzo Nobel. Zusammen mit René Seiler und Enzo Santarsiero leitet er das rund 40 Mitarbeiter umfassende Unternehmen. Der Betrieb vertreibt schweizweit Lacke für Autoreparaturen. Bis zu 270 000 Liter sind es jährlich. Am Bärenswiler Standort werden so rund 15 Millionen Franken im Jahr umgesetzt. «Unser Umsatz wird von Monat zu Monat grösser», sagt René Seiler. «Diesbezüglich sind wir in der Akzo-Nobel-Welt ein Musterkind.»

Wechsel hinterlässt Spuren

Bevor sie vor fünf Jahren übernommen wurde, war die Akzo Nobel als Graf Lack AG bekannt. Unter der Leitung von Inhaber Johannes Graf hatte sich das Wetziker Unternehmen im ganzen Zürcher Oberland einen Namen gemacht. Als nach einer Nach-

rische Freiraum ist grösser geworden. Solange wir uns an gewisse Grundregeln halten.»

Werte von früher beibehalten

Dass die Einbindung in ein Unternehmen mit weltweit 60 000 Mitarbeitern auch Nachteile mit sich bringt, redet in Bärenswil niemand schön. «Die Struktur zwingt uns in ein Korsett», sagt Ineichen. «Das bringt einen ordentlichen Brocken mehr Planung mit sich.» Die Zeiten, in denen Zielvorgaben in einem kurzen Gespräch mit dem Inhaber reflektiert werden konnten, sind vorbei. Heute muss die Firma

in aufwendigen Rapporten über ihren Geschäftsgang Rechenschaft ablegen.

Gegen aussen fällt indes vor allem die Implizierung der holländischen Geschäftskultur auf. Akzo Nobel tritt mit englischen Slogans auf, aus «Finances» werden im Tagesgeschäft «Finances», aus Kundenpflege «Customer care». «Wir haben unsere Werte beibehalten», versichert Markus Ineichen. «Schliesslich hält uns mancher Kunde seit 35 Jahren die Treue. Solche Beziehungen wollen wir pflegen.»

So geschehen gestern. Am Eröffnungstag der neuen Räumlichkeiten bot die Akzo Nobel ihren Kunden einen zehnstündigen Anlass mit Vorträgen, Präsentationen, Abendessen, Musik – und Stéphanie Berger. Ganz im Sinne eines holländischen «Customer care»-Konzepts? «Wir sind stolz

darauf, dass der Umzug von Wetzikon nach Bärenswil so effizient über die Bühne ging», sagt Ineichen. «Und das ist schon ein Grund zum Feiern.»

Profitables Schulungszentrum

Der Umzug von Wetzikon nach Bärenswil ist eine Folge der Übernahme von Graf Lack durch Akzo Nobel. Das Unternehmen habe sich logistisch umorganisieren wollen, sagt Ineichen. «Das wäre in Wetzikon kaum realisierbar gewesen.» Anfang Januar bezog die Akzo Nobel das Gebäude, in dem früher die Recasset domiziliert war. Bis zur gestrigen Eröffnung waren Arbeiter mit dem Umbau beschäftigt.

Besonders arbeitsintensiv war der Bau des Schulungszentrums. In einer modernen Spritzkabine können Auszubildende die Arbeit mit Autolacken

üben. Damit die Fahrzeuglacke trocknen, wurden in Boden und Decke gewaltige Anlagen zur Luftumwälzung eingebaut. Heisse Luft wird aus der Decke durch den Raum gepresst und im Boden von Lüftungen angesogen. «Spitzentechnologie», wie Ineichen und Seiler immer wieder betonen.

Die Ausbildungsstätte ist etwa zu einem Drittel ausgelastet. Von Lehrlingen bis zu Meisteranwärtern werden Autolackierer die Anlage nutzen. Das Interesse der Akzo Nobel liegt dabei auf der Hand: «Natürlich profitieren wir davon, dass die Auszubildenden mit unseren Produkten arbeiten», sagt Markus Ineichen. Neu ist die Idee allerdings nicht. In Wetzikon betrieb die damalige Graf Lack ein Schulungszentrum. Ganz ohne pragmatischen holländischen Denkstil.



folge gesucht wurde, meldete sich der Hauptlieferant, die Akzo Nobel. Einige Alternativen seien geprüft worden, sagt Seiler heute. «Aber der Verkauf an die Akzo Nobel war der logische Schritt.»

Mit der Übernahme änderten nicht nur die Besitzverhältnisse. Der Wandel vom traditionell inhabergeführten Unternehmen hin zu einer international vernetzten Filiale hat Spuren hinterlassen. «Der holländische Denkstil ist sehr pragmatisch», sagt René Seiler. «Deshalb sind wir heute nicht nur alle Geschäftsführer, sondern bilden gleichzeitig den Verwaltungsrat. Wir haben mehr bekommen, als wir uns je hätten erträumen können.» Markus Ineichen bestätigt: «Der unternehme-



«Wir haben mehr bekommen, als wir uns je hätten erträumen können»: Markus Ineichen, René Seiler und Enzo Santarsiero (von links) im neuen Schulungszentrum. Bild: Nicolas Zonvi