

Laemmle-Mitarbeitende zum Wandel

Bekannter Schwung in neuen Fässern

Die Umbenennung von Panolin zu Laemmle Chemicals AG schlug Wellen in der Öl- und Schmierstoffwelt. Bleibt sich das Familienunternehmen aus dem Zürcher Oberland trotz aller Veränderungen und der neuen Marke Roxor treu? AUTOINSIDE war in Madetswil und sprach dort mit Mitarbeitenden.

Timothy Pfannkuchen



Ob 32 Jahre oder erst gut ein Jahr bei Laemmle Chemicals: Roger Schwender (l., Produktionsleiter) und Selin Mancini (Marketing) fühlen sich offensichtlich wohl angesichts der neuen Marke Roxor. Foto: AGVS-Medien

«Lämmle-Moment» tönt, stimmt, kitschig. Aber doch, es gibt sowas wie «Lämmle-Momente» in der Öl- und Schmierstoffbranche. Bereits als Panolin genoss Laemmle Chemicals ja den sympathischen Ruf, zwar die Produkte und Kundinnen und Kunden, nicht aber sich als Familie Lämmle gar zu ernst zu nehmen – und irgendwie lässig unterwegs zu sein. Diesem Schwung hat der Namenswechsel offenbar nicht geschadet. Bei unserem Besuch in Madetswil ZH schmunzeln wir über selbstironische Schriftzüge wie «The Boss» und «The Legend» auf mit der neuen Produktlinie Roxor und Polyston der Tochter Frippoo Produkte AG gebrandeten Fussmatten vor den Büros. Als wir später zwei Mitarbeitende fotografieren, werden fröhlich Faxen gemacht, Sprüche gerissen und fährt ein Arbeitskollege mit dem Gabelstapler lachend ins Bild. «Lämmle-Momente» live.



Noch fehlt die Türbeschriftung, aber so sehen künftig Laemmle-/Roxor-Camions aus. Foto: Laemmle Chemicals

Nicht, dass die Laemmle Chemicals mit – rechnet man Frippoo im nahen Grüningen ZH mit – 90 Mitarbeitenden Zeit übrig hätte: Der Laden brummt offenbar, zumal in Madetswil ausser Roxor parallel noch für Shell Panolin produziert wird. Von Mitarbeitenden, die fast alle aus der Region stammen. Wie Roger Schwender, als Produktionsleiter der Koch in der Ölküche. Schwender, fester Händedruck, stammt aus Turbenthal ZH um die Ecke, drückt den Rücken durch und sagt: «Seit 32 Jahren dabei! Meine heutigen Bosse kannte ich schon, als sie Kinder waren.»

Im Familienbetrieb sei auch Kritik gefragt

Wie ging es Schwender, als er erfuhr, dass zwar nicht das Werk, aber die Marke Panolin verkauft wird? «Das war ein schwerer Schlag!», sagt Schwender. Seitenblick des AUTOINSIDE-Redaktors zu Co-CEO Silvan Lämmle, neben Sarah Mohr-Lämmle (Co-CEO) und Verwaltungsratschef Christian Lämmle einer der drei Lämmles in der Chefetage. In «normalen» Firmen moniert, interveniert, protestiert, relativiert ein Chef nach einem solchen Satz gegenüber Medien schon mal. Hier? Passiert nichts. Lämmle schmunzelt, Schwender redet frei von der Leber weg. «Hier musst du nie heucheln», bestätigt uns Schwender, «sondern wirst ernst genommen und darfst auch Kritik üben. Hier bin ich keine Nummer, sondern der Roger. Und wenn es dir mal nicht gut geht, kümmern die Lämmles sich um dich.» Die Familie habe «immer das Gespräch gesucht und Hintergründe erklärt», lobt Schwender. «Und an sich ändert sich ja nichts, wir fertigen dieselben Produkte und wünschen uns zufriedene Kunden. Übrigens: Es ist nicht die erste Umbenennung seit 1949! Ich sage nur: Raffinerie Russikon!» Der 58-jährige lacht, wird nachdenklich, fügt dann an: «Doch, ich bin wirklich stolz darauf, bei Laemmle Chemicals zu arbeiten.»

Eine endlose Reihe von Umbenennungen

Wobei man als Besucher schnell mal aus Gewohnheit das für Laemmle Chemicals selbst aus rechtlichen Gründen künftig verbotene «P-Wort» sagt, also «Panolin». «Das ging uns anfangs genauso», sagt fröhlich eine der beiden Damen vom Marketing. Gestatten, Selin Mancini. Bei unserem Besuch Ende März laufen gerade die letzten Umbenennungsarbeiten. Die sind eine Heidenarbeit, deren Epizentrum im Büro von Mancini bebt. Die quirlige 29-jährige Marketingfachfrau stammt aus dem nahen Volketswil ZH, kam vor gut einem Jahr von der Amag und landete in einem Unternehmen, das sich neu erfinden und dabei treu bleiben will. «Beim Rebranding denkt man erst: Ölfässer, Firmenschild, Briefpapier. Dann fällt einem ein: Visitenkarten, Handbücher, Autos, Google Maps, Kaffeetassen, Kalender, Arbeitskleidung und, und, und. Wir haben intern Teams gebildet, um nichts zu vergessen.» Mancini lacht und sagt: «Ist man fertig, entdeckt man, dass das WLAN noch den alten Namen trägt.» Mancini checkt Muster der Roxor-Merchandisingartikel und ist sichtlich erleichtert, dass in den nächsten Tagen die neuen Planen auf die fünf hauseigenen Camions kommen.

Ein endloser Umbenennungsalptraum? «Nein», betont Mancini. «Eine Menge Arbeit ja, aber auch ein Traumjob! Ich bin kein Jahr hier und durfte das Rebranding des Firmen- und Branding des neuen Produktnamens durchführen – das ist aus Marketingsicht spannend und ziemlich – sorry – geil. Zumal Firmen- und Markenname und die Marketingstrategien jetzt verschieden sind: Mit Roxor, unserer Marke für mineralölbasierte Motor-, Getriebe- und Hydrauliköle oder Schmierfette, weht ein neuer Wind. Deshalb der Roxor-Claim: Swiss Oil in



Herr der Ölmixer: Roger Schwender bei der Produktion der Laemmle-Produktlinie Roxor. Foto: AGVS-Medien

Motion! Wir sind zukunftsorientiert, innovativ, nachhaltig. Wir haben aber darauf geachtet, dass sich für Kundinnen und Kunden nichts ändert: neuer Name, gleiche Köpfe, derselbe Inhalt.» Was sagt «die Neue» zum Betriebsklima? «Man wird hier tatsächlich in eine Familie aufgenommen», sagt Mancini, «wir denken als Team. Die Geschäftsführung fordert natürlich auch, aber vor allem fördert sie und gibt Freiraum. Darum sind trotz anfänglicher Unsicherheit alle geblieben.» Wieder so ein «Lämmle-Moment». <

Weitere Infos unter:
laemmle-chemicals.ch



WÜRTH

SPEZIALWERKZEUGE KAROSSERIE

Entdecken Sie das neue Angebot an Karosserie-Spezialwerkzeuge von Würth in Partnerschaft mit Wieländer+Schill



WS Wieländer+Schill
Professionelle Karosserie-Spezialwerkzeuge