

Von Dällikon aus die Weltmärkte erobern

FIRMENPORTRÄTS Wenn in der Schweiz von Chemie die Rede ist, denkt man unweigerlich an Basel und seine Pharmariesen Novartis und Roche. Es gibt aber viele Firmen, die hierzulande völlig andere Produkte auf chemischer Basis herstellen und im Markt eine wichtige Position einnehmen. In Dällikon zum Beispiel haben die Düring AG und die Erne surface AG ihren Hauptsitz. Beides sind

traditionelle Familienunternehmen, haben ihren Ursprung dank pionierhaften Erfindungen, müssen sich gegen Billigkonkurrenz wehren – und sind mit ihren Produkten in unserem Alltag präsent: die Düring AG prominent mit dem Entkalker Durgol, die Erne surface AG eher unbewusst durch Chemikalien für die Oberflächenbeschichtung.



Mit dem Entkalker Durgol, der in Dällikon hergestellt, abgefüllt, vertrieben und vermarktet wird, hat die Düring AG ein weltbekanntes Produkt auf dem Markt.
Debra Zeyrek

DÜRING AG Die Schweiz wird vielfach auch über ihre Produkte definiert, zum Beispiel über Uhren wie Rolex oder Swatch, den Emmentaler Käse oder das in Schokolade gegossene Matterhorn, die Toblerone, die aber schon längst in US-amerikanischen Händen ist. Eine der Marken, die aus dem kleinen Dällikon die grosse weite Welt erobert hat, ist Durgol. «Das Schweizer Original gegen Kalk», wie die firmeneigene Werbebotschaft lautet, ist in über 40 Ländern erhältlich und ist mit 35 Prozent Marktanteil in der Schweiz der klare Leader unter den Kalklösern. Jährlich werden circa zehn Millionen Flaschen Durgol abgefüllt. Am meisten setzt die Düring AG nebst dem Heimmarkt in Deutschland, Österreich, Israel und in den USA ab.

Laut einer Umfrage würden acht von zehn befragten Schweizer Personen Durgol kennen, 45 Prozent beurteilten den Helfer im Haushalt als «sehr sympathisch», ist den Werbeunterlagen der Herstellerfirma Düring AG zu entnehmen. Da erstaunt es zuerst ein wenig, wenn Verwaltungsratspräsident Heinz Düring sagt: «Durgol hat den Charme eines Schraubenziehers.» Kalk sei als Begriff negativ behaftet, erklärt er weiter. «Beim Wort Kalk denken die Leute primär an verstopfte Leitungen und vergessen, dass es sich eigentlich um natürliche Mineralien im Wasser handelt.» Ein Entkalker müsse deshalb mit der Qualität des Inhalts überzeugen, nur eine schöne Verpackung reiche dazu nicht.

Nun: Die Qualität, die bei der Düring AG hergestellt wird, scheint so gut zu sein, dass die Konkurrenz Durgol primär nachmacht. «Wir werden kopiert, das ist ein Kompliment. Wir mussten uns aber auch gegen unfair reproduzierende Mitwerber, zum Beispiel aus Deutschland, wehren. Auch in der Schweiz werden wir von einem grossen Detailhändler regelmässig kopiert», sagt Düring.

So viel Aufwand in Forschung und Entwicklung wie sie betreibt aber sonst niemand. Das ist wohl

nur einer der Gründe, warum die Düring AG primär die Herstellung und den Vertrieb der einzigen Marke Durgol – in verschiedenen Varianten – vorantreibt und sich nicht in andere Marktbereiche vorgewagt hat, auch wenn das Know-how dafür vielleicht vorhanden wäre.

Der Erfindergeist von Frau und Mann

So hat sich das Dälliker Unternehmen von Beginn weg bis heute auf die Entkalkung als generelles Thema konzentriert. Es hätte aber auch sein können, dass stattdessen ein Herstellungsbetrieb für Pommes Chips entstanden wäre. «Meine Grossmutter hatte ein entsprechendes Rezept bereitet, aber da waren andere schneller», sagt Düring. So erfand Maria Düring 1951 nahe des Zürcher Bucheggplatzes keine frittierten Kartoffelscheiben, sondern durch Mischen diverser Chemikalien ein Mittel auf Salzsäurebasis, um die Toilette in ihrem damaligen Wohnhaus zu entkalken. Durgol war geboren. Maria Düring vertrieb ihre Erfindung in der Folge selber und ging mit dem Auto auf Werbetour. Dankbare Abnehmer fand sie zum Beispiel in Schulhausabwarten.

«Das Tüftler-Gen steckt halt einfach in uns.»

Heinz Düring,
VR-Präsident

1963 stieg Sohn Walter Düring ins Geschäft ein. Von der Mutter hatte er den Tüftler- und Erfindergeist geerbt. Er baute eigenhändig die erste professionelle Abfüllanlage für Durgol. Es folgten ein effizienter Entkalker für metallene Gegenstände und ein neuer für Toiletten – in einer ergonomischen Flasche mit gebogenem Hals. 1980 entstand daraus als Weiterentwicklung die WC-Ente, welche die Toilettenreinigung revolutionierte und

Weltruhm erlangte. Walter Düring hatte den Prototyp der Enteform aus Holz gefertigt. Die erste Rezeptur des Entkalkers stammte nicht von ihm, sondern von seiner Ehefrau Vera Düring. «Meine Eltern waren und sind in jeder Lebenslage ein Team, ob beruflich oder privat», meint Heinz Düring.

Heute leitet er in dritter Generation die Familien-AG – ohne WC-Ente. 2008 verkaufte die Düring AG die Markenrechte ihres berühmten Produkts an den US-Konzern S. C. Johnson & Son – kein einfacher Entscheid. «Die WC-Ente machte 60 Prozent des Firmenumsatzes aus. Die grosse Beliebtheit brachte es aber mit sich, dass das Einhalten aller Vorschriften in den einzelnen Absatzländern für uns als kleines Unternehmen immer schwieriger wurde», erläutert Heinz Düring den Verkauf. Dieser bereite ihm nicht nur Kopfzerbrechen, sondern kurzfristig auch Ohrensäusen. «Meine Tochter war damals entsetzt und fragte mich ziemlich laut, ob ich von allen guten Geistern verlassen sei. Seit ihrer Kindheit habe sie davon geträumt, einmal für die WC-Ente arbeiten zu dürfen.»

Aktuell beschäftigen die Furttaler 37 Angestellte. In Dällikon, wo das Unternehmen seit 1978 seinen Standort hat, sind Forschung, Entwicklung, Produktion, Abfüllung, Lagerung, Vertrieb und Marketing für alle Märkte – alles unter einem Dach. Die Palette umfasst zehn Produkte zur Reinigung von Bad, Küche, Kaffeemaschine, Steamer und Dampfbügeleisen. Der Fokus des Unternehmens liegt auf Innovation und Weiterentwicklung von Entkalkern und Reinigern. «Ob neu oder verbessert bleibt letztlich das Gleiche. Für uns ist wichtig, dass wir vor der Konkurrenz bleiben», fasst Düring die Firmenphilosophie zusammen.

Auch die jetzige Generation kann das Erfinden übrigens nicht ganz lassen. Heinz Düring wirft als Beweis eine ungeöffnete Packung Feuchttücher an die Wand, die dort kleben bleibt. «Praktisch, man hat die Hände frei und kommt trotzdem an die Reinigungstüchlein. Das Tüftler-Gen steckt halt einfach in uns.»

Renato Cecchet

www.durgol.com

ERNE SURFACE AG Im Alltag kommen wir, ohne weiter darüber nachzudenken, mit Firmenprodukten in Berührung, die wir persönlich nicht kennen. Eine Computermaus, ein Wasserhahn, Autoarmaturen, der Chromstahl in der Küche, ein Smartphone, Türfallen, die Armbanduhr oder eine normale Schraube – all diese Dinge, ihre Einzelteile und vieles mehr haben eines gemein: Sie sind zwecks längerer Lebensdauer oberflächenbeschichtet. Die chemischen Grundstoffe und die Ausrüstung, die für die sogenannte Galvanisierung benötigt werden, stellen Firmen wie die Erne surface AG in Dällikon her.

Eintauchen in komplizierte Technologie

Brünieren, Phosphatieren und Eloxieren, elektrolytische Anodisation, Tauch- oder Sprühbeizen – die Fachbegriffe, die in der Oberflächenbehandlung verwendet werden, klingen für den Laien wie Kauderwelsch. Auch Rea Erne, Inhaberin und Verwaltungsratspräsidentin beim Furttaler Unternehmen, gibt offen zu, dass sie sich mit dieser Arbeitsumgebung zuerst vertraut machen musste: «Die Technologie war eigentlich nicht meine Welt. Ich habe Publizistik und Wirtschaft studiert.» Vor mehr als zehn Jahren fing sie aber auf der Verwaltungsebene in der Erne surface AG an zu arbeiten, 2012 hat sie die Nachfolge ihres Vaters Fred J. Erne als Verwaltungsratspräsidentin angetreten.

Das Familienunternehmen feiert dieses Jahr sein 80-Jahr-Jubiläum. Angefangen hat alles 1936. Grossvater Fritz Erne experimentierte in einem Nebenraum der Drogerie, die er zusammen mit seiner Frau im Stadtzürcher Kreis 7 führte, mit Flüssigkeiten zum Veredeln von Stahlteilen und stellte auch gleich die Wannen dazu her, die für die Verfahren benötigt wurden. Mit Erfolg. Die Firma wuchs schnell und zog in den 1950er-Jahren in eigene Produktions- und Vertriebsräume nach Zürich-Altstetten um.

Lage und Anfahrtswege erwiesen sich im Westen von Zürich aber eher als ungünstig. 1964 wurden in Dällikon – «auf der grünen Wiese» – an der heutigen Industriestrasse 13 000 m² Land

gekauft. Eigentlich ein Glücksfall, wie Rea Erne mit einem Schmunzeln erzählt. «Alle anderen Firmen, die sich nach uns im heutigen Industriegebiet niederliessen, durften das Land gar nicht kaufen, sondern nur im Baurecht benützen. Die Gemeinde Dällikon änderte nach dem Erstverkauf ihre Praxis.»

Beim Neubau wurde nicht nur auf organisatorische Abläufe, Industrieästhetik und genügend Platz geachtet, den Mitarbeitenden musste der Umzug von der Stadt aufs Land schmackhaft gemacht werden. Einerseits gabs vergünstigt Benzin an zwei eigenen Zapfsäulen. Als grosse Herausforderung erwies sich die Verpflegung. «Zu dieser Zeit gingen die Ehemänner am Mittag nach Hause essen, was von Dällikon aus eher schwierig war. Also richtete die Firma eine Kantine ein, in der rustikale Speisen, wie man sie sich vom eigenen Mittagstisch gewohnt war, gekocht werden konnten», sagt Rea Erne.

Statt Gemüse Chemikalien kochen

Kochen ist dem Unternehmen auch heute nicht fremd. Unter den aktuell 40 Angestellten arbeitet ausschliesslich ausgebildetes Personal wie Galvaniker, Oberflächenbeschichter mit Fachhochschulabschluss oder mit Meisterprüfung. Maschineningenieure, Mechaniker, Laboranten, Kaufleute sowie Facharbeiter aus verwandten Berufen – aber auch Quereinsteiger. «Ein ehemaliger Koch arrangiert nicht mehr mit Liebe Gemüse und Steaks in die Pfanne für seine Gäste, sondern stellt im richtigen Verhältnis Chemikalien her. Gleiches gilt für einen früheren Bäcker, der nicht mehr Mehl abwägt, sondern chemische Komponenten», erklärt Rea Erne.

Die Erne surface AG galvanisiert selber nicht, sondern stellt die nötigen chemischen Komponenten dafür her, dazu auch die Infrastruktur wie Wannen, Pumpen, Heizungen oder Niveausonden. Dazu kommt der Vertrieb, die Ausbildung der Kundschaft für die Anwendung, die Entsorgung ausgedienter Produkte sowie das Besorgen von nötigen Bewilligungen. Dazu arbeiten die

Furttaler mit Partnerfirmen im In- und Ausland zusammen.

Die Kundschaft der Erne surface AG kommt beispielsweise aus der Maschinen- und Autoindustrie, der Mikro- und Medizintechnik. Für einen wichtigen Kundenkreis, die Schweizer Uhrenindustrie, betreibt das Unternehmen seit 1991 einen eigenen Vertriebszweig in Avenches VD.

Wirtschaftlich steht das Unternehmen gut und gesund da, muss sich aber den Herausforderungen stellen, mit denen sich zurzeit ein Grossteil der Schweizer Firmen konfrontiert sehen. «Dass wir in einem Hochpreisland arbeiten mit starkem Franken, kriegen auch wir zu spüren», sagt Rea Erne. Das Ausland könne billiger produzieren, mit tieferen Personalkosten. «Dazu kommt, dass die Regulierungen, was die Herstellung und den Umgang mit Chemikalien angeht, in der Schweiz quasi jährlich verschärft werden. Da können wir nur mit Innovationen dagegenhalten.» Rea Erne klagt nicht, sie gibt sich kämpferisch. «Unser Ziel ist es, trotz ausländischer Konkurrenz in der Branche einzigartig aufgestellt zu bleiben. Deshalb konzentrieren wir uns auch weiterhin auf das Kerngeschäft in der Schweiz.»

Nach 51 Jahren in Pension

Das Vertrauen der Kundschaft scheint die Erne surface AG zu geniessen. Der Jubiläumsanlass am 2. September sei sehr gut besucht gewesen, zeigt sich die Firmeninhaberin erfreut. Seit sie in die Firma eingestiegen ist, werden auch wieder mehr Lehrlinge ausgebildet, in den Bereichen Kaufmann, Chemielaborant oder Oberflächenbeschichter, von denen in der Schweiz pro Jahr nur 20 bis 30 in diesen Beruf einsteigen. «Bei uns arbeiten viele Generationen unter einem Dach, vom 15-Jährigen bis zum Pensionierten, die manchmal in Teilzeit noch ein paar Jahre dranhängen», verrät Rea Erne. «Erst vor kurzem haben wir unseren treuesten Mitarbeiter endgültig in den Ruhestand verabschiedet. Er war 51 Jahre für uns tätig.»

Renato Cecchet

www.erneag.ch



ERNE surface AG

Seit vier Jahren leitet Rea Erne, hier mit Martin Kauer (links, Mitglied Geschäftsleitung, Leitung Anlagenbau) und Kenneth Bensen (Montage, Service und Unterhalt), die Geschicke des Familienunternehmens.
Markus Roessler