

KMTB Besuchsbericht Besichtigung Trisa AG Triengen

Am Mittwoch 14. März 2018 besuchten zehn Mitglieder des KMTB und ein Gast die Firma Trisa AG in Triengen.



Ruedi Troxler hat uns freudig eingeladen und empfangen. Zuerst wurde uns die Firma Trisa AG ausführlich und mit doch sehr offenem und tiefem Einblick über eine Präsentation von Hr. Troxler vorgestellt. Dabei haben wir einige interessante Informationen erhalten.

So wissen wir jetzt, dass der Kanton anscheinend nach Sursee aufhöre, im unteren Surental erweckt dies jedenfalls manchmal so den Anschein. Nichts desto Trotz, besteht die Firma Trisa AG dank guter familiärer Führung und Gründung im Jahre 1887 schon seit mehr als 130 Jahren. Sie schreibt und schrieb selbst in den vergangenen zwei Jahren trotz Euro-Sturz immer ansprechende Zahlen. Die ganze Trisa Gruppe, Trisa AG, Trisa Accessoires, Ebnat Kappel & Trisa Electronics umfasst ca. 1100 interessierte Mitarbeiter, die in der Schweiz tätig sind und mit denen man ca. 220 Millionen CHF Umsatz erwirtschaftet.

Die Ebnat Kappel Gruppe ist vor ca. 30 Jahren dazu gestossen. Mit einer Firma in Bulgarien, in Sophia bedient man logistisch klug die osteuropäischen Staaten, fertigt man mit einem Team von ca. 15 Personen auch tlw. Produkte. Die Marktaktivitäten verteilen sich gesamt ca. auf 67% Mundpflegeprodukte, 16% Schönheitspflege und ca. 16% Raumpflegeprodukte und werden durch die Familie Pfenninger sicher durch die Stürme des Marktes geführt.

Der Gründervater war Xaver Pfenninger, gefolgt von Ernst Pfenninger-Unternährer, der leider all zu früh verstorben ist. Herr Troxler lobt Herrn Ernst Pfenninger-Unternährer als Patron, von denen es in der Schweiz höchstens fünf gebe, er fehle selbst heute noch immer wieder, man vermisse Ihn. Da Hr. Troxler seit 39 Jahren im Betrieb arbeitet, kennt er den einen oder anderen Führungswechsel. Jedoch betont Hr. Troxler kurzum, dass Adrian Pfenninger als CEO und Philipp Pfenninger als VRP der Firmentradition in nichts nachstehen und einen hervorragenden Job leisten. Man sei über alle Führungsebenen per Du, das vereinfache vieles. Das Kapital seien jedoch die Mitarbeiter, welche bei der Trisa AG automatisch Aktionäre sind.

Historisch hat sich die Produktion folgend entwickelt:

1903	1930	1950	1970	1990	heute
500 Stk.	20'000 Stk.	250'000 Stk.	3 Mio. Stk.	60 Mio. Stk.	>250 Mio. Stk

, das sind heute mehr als eine Million Zahnbürsten pro Arbeits-Tag!

Die Qualifikationsverteilung zeigt sich wie folgt:

Ca. 59% Produktion, Verkauf 7%, Technik & Unterhalt 13%, Entwicklung 5%, Administration 10%. Somit hat man früher 1964 ca. 10% exportiert und 90% wurde auf dem heimischen Markt verkauft. Heute ist das ganz anders: man exportiert ca. 84% und in der Schweiz ca. 16%. Interessant war dabei zu hören, dass man früher Zahnbürsten mit ausgebrochenen Borsten noch repariert hat. Eine solche Zahnbürste hat damals ca. Fr. 25.- gekostet und war nicht für Jedermann/Frau erschwinglich. Heute ist das natürlich verglichen mit früher etwas anders, die Wegwerfzahnbürste, zumal das Produkt selbst aus Kunststoff = Erdöl hergestellt wird. Dafür gibt man sich Mühe mit umweltverträglichen und recycelbaren Verpackungen usw..



Die Firma Trisa AG setzt konsequent auf die Miteinbindung der Mitarbeitenden, so sind, z.B., Erfolgsbeteiligung, soz. Gleichstellung, Partizipation durch Aktienanteil am Firmenergebnis, paritätischer VR, Solisfonds, P-Club (für Pensionierte), Förderung der physischen und psychischen Gesundheit,

„Trisa bewegt“ und "meine Trisa" Kommission, fest etablierte Führungsinstrumente und strukturelle Bestandteile der Trisa AG.

Die monatliche Erfolgsbeteiligung ist grundsätzlich variabel, jedoch seit Jahren bei 5.5% festgelegt. Es gibt auch eine Jahreserfolgsbeteiligung, wenn es ein sehr gutes Jahr ist, dies bei selbstverständlichen 13 Monatslöhnen, wie man betont. Man sorgt sich um die Mitarbeiter, sagt Hr. Troxler! So sei er seit Jahren in der Trisa Kommission, in der man sich um Problemstellungen, wie z.B. Mobbing und Diebstahl usw., welche sich aus dem Arbeitsalltag ergeben, konkret aber anonym kümmert um Verbesserungen zu erreichen. Im Verwaltungsrat sind auch Mitarbeiter, diese werden aus der Belegschaft in verschiedenen Wahlgängen gewählt. So kann es sein, dass eine Mitarbeiterin mit z.B. 125 Stimmen in den VR gewählt wird.

Im Werbeauftritt ist Trisa AG eher strikte, was die Direktwerbung betrifft. Man spendet dafür Zahnbürsten als humanitäre Hilfe an Institutionen oder bedürftige Nationen, wie z. B. Rumänien, IKRK, Weissrussland, Indien, Syrien, Südkorea, Tunesien, Kambodscha; in Zehn- und gesamt Hunderttausender-Mengen. Übrigens sollte man ca. vierteljährlich die Zahnbürste ersetzen, vielerorts ist das nicht so und es gibt national grosse Unterschiede. Man hat noch Potenzial nach oben. Auch bei nationalen, schwierigen Situationen wie z.B. Rondo, darf man auf die Hilfe der Trisa AG zählen.

Ausserdem pflegt man aus sozialen Gedanken eine enge Zusammenarbeit mit Werkstätten wie z.B. Stiftung Brändi usw.. Als „Trisaner“, wie sich Hr. Troxler selbst nennt, hat man eine soziale Verantwortung.

Auch sonst kümmert man sich um Nachhaltigkeit und Nähe. So heizt man ölfrei mit Holzschnitzeln und setzt seit 1998 Solarstrom ein, sowie setzt man eine grosse Konzentration auf umweltfreundliche Verpackungen. Die Zahnbürste hat ca. 97% Erdölanteil, momentan noch, betont Hr. Troxler, man arbeite daran, dies um einige Prozente zu reduzieren.

Stolz ist man im Hause Trisa AG auf den Gewinn des 1. Fanity Business Award, der eine ökologische und ökonomische nachhaltige Unternehmensstruktur voraussetzt und bestätigt. Der Umsatzanteil an Produkten jünger als drei Jahre war 2014 ca. 27%, 2015 ca. 26% und 2016 ca. 30%. Das sei wichtig, bemerkte Hr. Troxler, sonst sei man schnell weg vom aktuellen Marktbedürfnis. Einige Elemente sind jedoch trotz ständiger Weiterentwicklung gleich geblieben, so wird z.B. die Borstenverrundung seit 1954 praktiziert und wird wohl nicht verändert werden.

Noch mehr als die Zahnbürsten sind momentan Artikel der Interdentalpflege gefragt. Das ist ein wachsender Markt. Der Konsument ist empfindlicher und bewusster geworden, wenn es um die Dentalhygiene geht. Das ist auch angebracht, erzählt Hr. Troxler kompetent, denn es können bis zu 70 Krankheiten im Mund entstehen, bis hin zum Herzinfarkt, wenn man keine Ordnung im Mund hat.

Auch wird die Zahnbürste oft zu wenig gewechselt. Man sollte jedes Quartal eine neue Zahnbürste nutzen. Es braucht ca. 9 Milliarden Zahnbürsten pro Jahr und auf der Welt.

Die Trisa AG arbeitet stetig an Verbesserungen, nicht nur der Produkte, sondern auch an der Qualität und der Kundenbindung usw.. So erwähnt Hr. Troxler stellvertretend für die ganze Firma und ihre Mitarbeiter, dass man noch als einziger Zahnbürstenhersteller weltweit das Zertifikat für ISO13485 besitze.

Um auf dem Markt mit dabei zu bleiben investiert man immer wieder in Neubauten oder Ausbauten und in den Maschinenpark. Die Firma Trisa AG investiert dann auch Millionenbeträge um der Entwicklung gerecht zu werden. Man sei im Gesamten vier grosse Zahnbürstenhersteller, welche ca. 70% des Bedarfs von Europa abdecken. *Investieren und rationalisieren*, so lauten die Schritte zum Erfolg, sowie auch eine faire Kundenbeziehung. Mit Coop hat man eine 107 Jahre dauernde Zusammenarbeit, auch das zeuge von Qualität.

Die Trisa AG nutzt 76 Anlagen (45 bis 460 Tonnen) zum Spritzen. Man rechne mit ca. 1.5 Millionen Investitionskosten pro Maschine inkl. Wkz. Alle Bürsten sind qualitativ gleichwertig verarbeitet. Günstigere Bürsten haben tlw. weniger Borsten oder sind ausgehöhlt aber qualitativ sei alles gleich. Lidl beziehe ausschliesslich bei Trisa AG die Bürsten. So geht die Trisa AG quasi schon fast in den Fremdmarken unter, diese sind mit 88% mom. auf dem Markt vertreten. 12% sei Trisa AG selbst mit Eigenmarke. In der Produktion dieses Massenprodukts hat sich das Kanbahn System bestens bewährt, schwärmt Hr. Troxler: das System sei super, es gebe nur Menschen, die es noch nicht richtig verstanden haben. Seit der Einführung des Kanbahn Systems habe man einige Logistikkosten einsparen können.

Das Hochregallager bietet Platz für 8500 Paletten. Dort sind nicht nur Fertigfabrikate gelagert, sondern auch Halbfabrikate und Ersatzteile, nur so kann man seine Marktleistung sicher erbringen. Die Produktionslose verlassen jedoch normalerweise bis Freitagnachmittag die Spedition und finden nicht in das Hochregallager.

Ganz zum Schluss wurden wir freundlicherweise noch zu einem Apéro eingeladen, wobei Hr. Troxler freundlich letzte Fragen beantwortete. Zum Abschied gab es noch einen Trisa AG Plastiksack mit wertvollen Trisa Zahnbürsten. Man hätte gerne auch Mitarbeiter gerade behalten, da man aktuell Polymechniker suche. Es sei mit dem Standort Triengen nicht leicht gute (technische-) Fachkräfte zu finden.

Alles in allem war dies wieder einmal mehr eine sehr gut gelungene Besichtigung, welche von Hr. Troxler hervorragend begleitet wurde.

Der KMTB dankt der Trisa AG und Hr. Ruedi Troxler für diesen interessanten Einblick und die Führung durch die Firma.

Link zur Trisa AG: www.trisa.ch

Mit kollegialen Grüßen

Martin Röthlisberger