Kleinunternehmen

Klasse statt Masse

Das Kleinunternehmen Jola produziert Spezialschalter für Nischenmärkte – die Fertigungstiefe am Standort in Lambrecht ist ebenso hoch wie der Qualitätsanspruch des Unternehmens.

Der Firmensitz von Jola Spezialschalter in Lambrecht. Die Wurzeln des Betriebs liegen in der Tuchherstellung. In den 1950er Jahren indes stieg das Familienunternehmen um auf die Produktion von Niveau-Regelgeräten. Ein kluger Schachzug.

Foto: Jola

Dass man bei der Firma Jola im pfälzischen Lambrecht das Understatement liebt und lebt, stellen Besucher schnell fest – Jola ist ein Hidden Champion im wahrsten Sinne des Wortes. Ein Schriftzug an der Fassade, der den Firmensitz als solchen ausweist? Fahnen mit Jola-Aufdruck? Firmenwagen mit dem Unternehmenslogo? Fehlanzeige. „Gebr. Haas" steht stattdessen in Stein gemeißelt über einem der Tore des historischen Sandsteinbaus. Eine Erinnerung an die Tuchfabrik, die hier bis 1961 Stoffe produzierte. Die Tuchmacher in Lambrecht gibt es nicht mehr. Dafür aber die Jola Spezialschalter GmbH & Co. KG, die in diesem Jahr ihr 65-jähriges Jubiläum feiert. Nur ein bescheidenes Metallschild an der Hauswand weist den Weg zum Eingang in das Familienunternehmen, das sich dank eines cleveren Elektromeisters und eines weitsichtigen Firmenchefs ab den 1950er Jahren statt auf Stoffe auf die Herstellung von Spezialschaltern konzentriert hat. Heute liefert Jola Niveau-Regelgeräte, Leckage- und Feuchte-Detektoren sowie Endschalter an Geschäftskunden im In- und Ausland. Der Umsatz 2016 lag bei rund 5 Millionen Euro. Trotz seiner fast 60 Mitarbeiter ist Jola ein klassisches Kleinunternehmen – und will das auch bleiben.

Hohe Spezialisierung

Fast wie in einer Manufaktur lässt sich in dem weitläufigen Gebäude in der Klostergartenstraße mitverfolgen, wie ein Jola-Schalter Gestalt annimmt. Vom Zeichenbüro im Dachgeschoss der ehemaligen Tuchfabrik, wo die ersten Skizzen gezeichnet werden, über die CNC-Fräse, an der Anschlussstücke und Gehäuseteile entstehen, die Schlosserei, den Ausgießraum bis hin zum Prüfraum, in dem die fertigen Geräte ihre Funktion unter Beweis stellen müssen.

Keine Frage: Jola setzt auf die Nische und auf Exklusivität. „Losgrößen von 1.000 Stück sind die Ausnahme für uns", sagt Seniorchef Volker Mattil. Lagerhaltung existiert in dem Werk in Lambrecht so gut wie nicht. Es gibt nur ganz wenige Standardprodukte. „Betriebswirtschaftlich erscheint das manchmal grenzwertig", räumt sein Sohn Lars, studierter Betriebswirt, ein. „Aber wir wollen flexibel bleiben und auf jeden für uns realisierbaren Wunsch reagieren können. Unsere Kunden wünschen das und legen oft Wert darauf." Der Vergleich mit „den anderen" stößt bei Jola aufgrund des hohen Spezialisierungsgrades schnell an seine Grenzen. „Genauso wie wir ist keiner", sagt Lars Mattil. 2010 ist der heute 34-Jährige in den elterlichen Betrieb mit eingestiegen, den er seit 2012 zusammen mit seinem Vater leitet. „Kein Wettbewerber arbeitet in genau denselben Segmenten mit exakt unseren Zielgruppen. Die hohe Fertigungstiefe in Deutschland ist am Markt oft ein Qualitätsargument", so Volker Mattil.

Ausgangspunkt für Jola waren chemikalienresistente Niveauschalter zur Füllstandsmessung, ursprünglich entwickelt für den Einsatz in der Tuchproduktion (s. Firmenhistorie). Anfang der 1980er Jahre kamen als logische Weiterentwicklung Leckage-Detektoren hinzu, die Flächen auf auslaufende Flüssigkeiten überwachen. Während die Niveauregelung bei unspezifischen Anwendungen aufgrund der Konkurrenz aus China und der Marktsättigung in Westeuropa stagniert, wächst das Geschäftsfeld Leckage –

Fotos: Schmitt (2)

Ein Mitarbeiter fertigt einen der Jola-Spezialschalter. Das Unternehmen setzt ganz auf kleine Serien.

die Einsatzgebiete von Gülle über Glykol bis hin zu Öl und Benzin sind vielfältig. Ein weiteres Geschäftsfeld ist die Feuchtemessung, eingesetzt beispielsweise bei der Regelung von Kühldecken. „Unsere Stärke ist die Vielfalt von Formen und Anwendungen", sagt Volker Mattil mit Blick auf die Produktpalette seines Unternehmens. Viele der Jola-Schalter sind zertifiziert für den Einsatz in explosionsgefährdeten oder

Juniorchef Lars Mattil (2. v. r.) bei einer Besprechung mit Mitarbeitern und seinem Vater Volker (3. v. r.).

umweltrelevanten Bereichen. Die Hürden für diese Zulassungen sind hoch, entsprechend ehrgeizig ist der Qualitätsanspruch bei Jola, der in der hohen Fertigungstiefe und der akribischen Kontrolle aller Produkte seinen Niederschlag findet. „Wenn das hier nicht Made in Germany ist, dann gibt es das so nicht mehr“, sagt Volker Mattil. Auch Elektroingenieur Harald Lang, der seit fast 30 Jahren für Jola tätig ist, bestätigt: „Wir leben von der Spezialisierung, nicht von der Menge. Sobald der Massenmarkt erreicht ist, ist es vorbei.“ In Langs Abteilung werden die Platinen noch manuell bestückt.

Auch in anderen Bereichen ziehen die Lambrechter entgegen dem allgemeinen Trend Inhouse-Lösungen vor. Unter anderem sind zwei Putzfrauen bei Jola fest angestellt, ebenso ein eigener Schreiner, der beispielsweise die Messestände maßanfertigt. Ersetzt werden sie wohl nicht, wenn sie sich dereinst in den Ruhestand verabschieden, doch wegrationalisiert wird niemand. „Im Unternehmen ist durchaus ein Veränderungs-Prozess im Gange“, sagt Lars Mattil. „Aber wir wollen sehr behutsam umbauen, alles läuft sehr sozialverträglich und transparent ab.“ Denn nicht nur den

Von Tuchmachern und Elektrotüftlern – Ein Blick in die Jola-Firmenhistorie

Hervorgegangen ist die Jola Spezialschalter GmbH & Co. KG aus der 1868 gegründeten Tuchfabrik Gebr. Haas, einer von ehemals zehn Tuchfabriken in Lambrecht. Als in den 1950er Jahren Importe aus Italien den Preisdruck erhöhen, beginnt der Abschwung der deutschen Textilindustrie. Etwa zeitgleich legt in der Elektrowerkstatt der Tuchfabrik Gebr. Haas der Tüftler Josef Lambrecht mit einer Erfindung den Grundstein zum heutigen elektrotechnischen Betrieb: Der Elektromeister entwickelt einen wasserdichten Endschalter. Vorteil: Dieser Schalter ist unempfindlich gegenüber den Dämpfen aus den Färbeapparaten, er korrodiert nicht und verursacht keine Kurzschlüsse. Eine weitere Erfindung Lambrechts ist kurz darauf ein Schwimmerschalter. Weitere Geräte, wie eine magnetgesteuerte Tauchsonde, folgen. Lambrecht verkauft seine Erfindungen seinem Arbeitgeber Karl Mattil, dem Großneffen des Firmengründers Adam Haas, und erhält dafür eine Provision. Im Dezember 1952 gründet Karl Mattil mit seiner Frau Liselotte als Nebenbetrieb der Tuchfabrik die Jola Spezialschalter GmbH & Co. KG, benannt nach den Initialen des findigen Elektromeisters.

Anfangs kommen die Schalter nur in der Tuchfabrik zum Einsatz, erst nach und nach beginnt man andere Firmen zu beliefern. Im Sommer 1961 stellt die Tuchfabrik Gebr. Haas ihre Produktion ein. Karl Mattils Sohn Dieter steigt bei Jola mit ein. Innerhalb der folgenden zehn Jahre versiebenfacht sich der Umsatz bei Jola von 350 000 auf 2 Millionen Mark. Im Jahr 1973 kommt Dieters Bruder Volker Mattil ins Unternehmen. Nach dem Tod Dieter Mattils, 1995, ist Volker Mattil zunächst alleiniger Geschäftsführer von Jola. 2012 steigt sein Sohn Lars mit in die Geschäftsleitung ein, die er in gut zwei Jahren alleine innehaben wird.

1986 gründet Jola die Tochterfirma Jola SARL in Frankreich. In zahlreichen anderen europäischen und einigen außereuropäischen Ländern vertreiben Vertriebspartner die Jola-Produktpalette. Die Exportquote liegt heute bei etwa 25 Prozent. Die Abnehmer der Jola-Produkte kommen vor allem aus dem verarbeitenden Gewerbe, aber auch aus dem Infrastrukturbereich, darunter zum Beispiel Stadtwerke. Aufgrund neuer gesetzlicher Auflagen kommen auch immer mehr Kunden aus dem Dienstleistungsbereich hinzu, etwa Hotels oder Krankenhäuser.

Lars Mattil (l.) führt seit 2012 die Geschäfte mit seinem Vater Volker. Der zieht sich in zwei Jahren komplett zurück.

Kunden und der Produktqualität fühlt man sich verpflichtet, sondern ebenso dem Standort und den Mitarbeitern. „Wer hier arbeitet, wäre dumm zu gehen“, findet Marketingleiter Elmar Friderichs, der seit sechs Jahren von Mainz aus nach Lambrecht pendelt (s. Kurzporträt).

Auch Pascal Roth hat sich ganz bewusst Jola als Arbeitgeber ausgesucht. Der junge Elektrotechniker aus Franken hat sich auf Mess- und Regeltechnik spezialisiert und gezielt nach passenden Firmen Ausschau gehalten. Die Betriebsgröße war dabei nicht das entscheidende Kriterium. „Jola ist ein spannendes Unternehmen, ich hatte von Anfang an ein gutes Gefühl“, so Pascal Roth. Vor fünf Jahren ist der heute 28-Jährige nach Neustadt gezogen und arbeitet jetzt als stellvertretender Abteilungsleiter in Lambrecht. „Die Arbeit hier macht Spaß, weil man etwas bewegen kann“, sagt er. Doch so einfach ist es nicht immer. Seit einem Jahr sucht Jola einen technischen Verkaufsberater für den deutsch- und französischsprachigen Innendienst. Doch es findet sich keiner, der nach Lambrecht kommen will, obwohl die Stelle ab sofort und ohne Befristung zu besetzen wäre.

0,008 Prozent reklamieren

Neben dem Fachkräfteengpass ist auch die überbordende Bürokratie eine Belastung, unter der Jola, wie viele andere kleine Mittelständler, ächzt. „Der bürokratische Aufwand ist im Vergleich zur Unternehmensgröße riesig – und er behindert uns in unserer Arbeit“, klagt Marketingleiter Elmar Friderichs. Viele Bereiche empfinden er und seine Kollegen als überreglementiert. „Wer Lust hat Gas zu geben und gute Geräte zu entwickeln, muss sich zuerst mal mit Richtlinien und Auflagen befassen“, so Friderichs. Ob beim Datenschutz oder der Rechtskonformität, für immer mehr Themenfelder braucht der Betrieb externe Berater oder eigene Beauftragte.

Entsprechend groß ist die Verwaltung von Jola mit über 30 Mitarbeitern. Grund dafür ist aber auch der Qualitätsanspruch des Familienunternehmens. Unter anderem prüft eine Kontrollabteilung sämtliche Bestellungen. „Die Kolleginnen merken dann zum Beispiel, wenn der Kunde bei einem Abstand der Anlagen von 20 Metern nur 8 Meter Kabel bestellt. Solche Aufmerksamkeit freut den Kunden natürlich“, so Lars Mattil. Eine Reklamationsquote von 0,008 Prozent gibt ihm recht. Auch ihr Marketing haben die Schalterspezialisten aus Lambrecht in den vergangenen Jahren verstärkt. Eine der Maßnahmen zur „Ent-Krakisierung“ des Unternehmens, wie Marketingleiter Elmar Friderichs mit einem Augenzwinkern verrät. „Marketing war lange Chefsache, das hat der Senior samstags gemacht oder früh beim Morgenspaziergang“, so Friderichs. Doch in zweieinhalb Jahren wird Volker Mattil das Unternehmen, nach einer zehnjährigen Übergangszeit, endgültig an seinen Sohn Lars übergeben. Klare Strukturen sollen nun helfen, das bisher beim Seniorchef gebündelte Wissen im Unternehmen zu halten und künftig auf mehrere Schultern zu verteilen. ■

Elmar Friderichs: „Hier ist man keine Nummer“

Foto: Jola

Marketingchef Elmar Friderichs pendelt 90 Kilometer zu seiner Arbeit bei Jola Spezialschalter in Lambrecht.

Gut 90 Kilometer liegen zwischen Elmar Friderichs Zuhause und seinem Arbeitsplatz. Seit sechs Jahren ist der Betriebswirt Pendler. Doch statt wie die meisten vom Land in die Stadt zu pendeln, fährt Friderichs Weg zur Arbeit von Mainz ins kleine Lambrecht. Hier leitet der 36-Jährige die Marketingabteilung bei Jola.

Wieso er sich den Stress mit der Fahrerei antue, wollen Freunde immer wieder von ihm wissen. Jobs im Marketing gebe es doch auch im Rhein-Main-Gebiet. Aber Elmar Friderichs hat in Lambrecht gefunden, wonach er gesucht hat. „Ich wollte an etwas teilhaben, wo ehrlich gearbeitet wird“, sagt er. „Wir produzieren hier etwas und erleben das mit.“

Klar für Friderichs ist aber auch: „Ohne persönliche Kontakte wäre ich heute nicht hier.“ Zusammen mit dem Jola-Juniorchef Lars Mattil hat Elmar Friderichs in Mainz BWL studiert. 2011 fragte Mattil, der inzwischen in den elterlichen Betrieb eingestiegen war, bei seinem ehemaligen Kommilitonen an, ob der ihn im Marketing unterstützen wolle. Friderichs kam und blieb. Die Vorteile, die sein Arbeitsplatz ihm bietet, machen für ihn die 90 Kilometer wett. „Wir haben hier eine 35-Stunden-Woche und sehr flexible Arbeitszeiten“, so Friderichs. Er selbst hat eine 80-Prozent-Stelle und damit den Freitag frei. Montags arbeitet er im Homeoffice. Der Marketingchef genießt diese Vorzüge ebenso wie die Überschaubarkeit des Unternehmens, in dem er aktiv mitgestalten kann. „Hier ist man keine Nummer“, sagt Elmar Friderichs. „Nach einiger Zeit kann man die eigene Handschrift im Unternehmen lesen.“