

Endkontrolle: An der Abfüllanlage kontrollieren Produktionsleiter Petr Blazek (35, links) und CEO Hansjörg Hug (45) Scheibenwaschmittel-Fertigmischungen – im Beutel, einer Fripool-Erfindung. Fotos: AGVS-Medien



Zu Besuch bei Fripool

# Ein glasklarer Fall von Erfindergeist

Die Fripool Produkte AG zählt zu den weniger bekannten Namen der Car-Care-Branche. Zu Unrecht: Der kleine, innovative Betrieb aus dem Zürcher Oberland ist einer der grossen Schweizer Player. Und bietet mit Marken wie Polyston Garagistinnen und Garagisten Chancen auf Zusatzumsatz. Ein Hausbesuch. Timothy Pfannkuchen

Wer kennt schon Grüningen? Schade, denn Grüningen im Zürcher Oberland ist ein Postkarten-Dorf, das bereits im Mittelalter ein Jemand war. Und wer kennt schon Fripool? Schade, denn Fripool aus Grüningen dominiert den Schweizer Markt bei Scheibenwasserzusätzen und entwickelt sich mit Marken wie Polyston zum Jemand unter den Car-Care-Marken. Schweizer Entwicklung, Schweizer Produktion – und Schweizer Innovation. Die Beutel für Fertigmischungen? «Haben wir erfunden», sagt Hansjörg Hug, «weil sie als Leergut kompakter, also ökologischer sind. Jetzt arbeiten wir an Beuteln aus recycelbarem, abbaubarem Kunststoff.»

Der gebürtige Zürcher Oberländer Hug ist seit fünf Jahren bei Fripool, seit zwei Jahren CEO und der lässige Typ Chef, mit dem man abends noch eine Bratwurst vespert. Der 45-jährige ausgebildete Audio- und Video-Elektroniker und technische Kaufmann war bei Start-ups und Handelsriesen und will Fripoo Marken Polyston (Autopflege vom Felgenreiniger über Scheibenwaschmittel bis zum Cockpitspray), Allerno (allergenfreie Reinigung) und Fiesta (Desinfektion) künftig stärker am Markt und bei Garagen etablieren. Dass er das kann, liegt an der nur gerade mal 16 Kilometer entfernten Laemmle-Gruppe (ehemals Panolin) aus Madschwil ZH, die als Nachfolgelösung 2021 Fripool übernommen hat (und jüngst Amstutz; siehe Rubrik «Kurz notiert», Seiten 6/7).

**Dank Laemmle mit starkem Vertrieb**  
«Die Laemmle-Gruppe war das Beste, was Fripool passieren konnte», betont Hug. «Die Portfolios ergänzen einander perfekt. Ein eigener Vertrieb hätte zuvor unsere Möglichkeiten gesprengt.» Deshalb war Fripool bisher zu vier Fünftel Private-Label-Hersteller: Was im Regal grosser Retailer aussen deren Eigenmarke

ist, ist innen oft Fripool. «Aber jetzt haben wir einen Vertrieb! Unsere Polyston-Pro-Produkte für Garagen werden über Laemmle Chemicals vertrieben.» Ausser Garagen selbst sollen auch deren Kunden zugreifen. Hug holt ein kleines Werbedisplay mit Polyston Helmet Cleaner. «Dieser B2C-Bereich wird von Garagisten leider unterschätzt», erklärt Hug. «Klar sind das keine gewaltigen Umsätze pro Gebinde, aber es summiert sich schnell.» Grosses Potenzial sieht Hug auch in Allerno für ökologische, allergenfreie Reinigungsmittel. «Das sieht man bereits daran, dass wir die ersten waren und andere inzwischen nachgezogen haben.»

Beim Firmenrundgang wirkt Hug tiefenentspannt, obwohl jede Minute zählt: Das Geschäft brummt, es ist Frostschutz-Hauptsaison; sekundlich spuckt die Abfüllanlage Fertigmischungen aus, eine Million Beutel im Jahr. Man kann sich in den Produktionshallen gut vorstellen, wieso Fripool perfekt zu Laemmle passt. Der Umgang ist schulterklopfend, auch bei Fripool sind viele Mitarbeitende seit Jahrzehnten dabei – und Sein geht vor Schein: Die Firmenzentrale ist unscheinbar.

«Die Laemmle-Gruppe war das Beste, was Fripool passieren konnte.»

Hansjörg Hug, CEO, Fripool Produkte AG

der Chef fährt einen betagten Familien-SUV mit einer Viertelmillion Kilometern auf der Uhr. «Wer richtig pflegt, fährt länger!», sagt Hug lachend und fügt an: «Nachhaltigkeit zählt! Bei unseren Mengen tragen wir Verantwortung. Und es ist es ein Verkaufsargument. Wir suchen innovative Lösungen für unsere Premium-Produkte. Nur ein Beispiel: Viele Garagen verwenden ethanolreduzierte Ware, weil sie kein Gefahrgut ist. Nur: Die Mittel schmierern mit alten Wischerblättern oft. Unsere nicht! Wir empfehlen Garagen übrigens Konzentrat, das löst trotz hoher Qualität das Platzproblem.»

**Im Reich der 500 Shades of Perfume**  
Was beim Zug am Scheibenwischerhebel nicht schmiert, aber dafür in der Nase duftet, das stammt aus dem Reich von Vildan Luma (35). Luma ist Chefin der Fripool-Qualitätssicherung, wirkt im Laborkittel wie eine Chefärztin und gebietet über das kleine, feine Entwicklungslabor – und ein geheimes Schränkchen. Darin: unzählige Fläschchen mit Duftstoffen.



Innovationsgeist: Vildan Luma (35) ist Qualitäts- und Laborchefin und checkt die Beschaffenheit eines Produkts.

«500 Shades of Perfume», sagt sie schelmisch. «Wenn zum Beispiel ein Kunde Gletschergesundheit wünscht, analysieren wir: Wie riecht eigentlich ein Gletscher? Dann testen wir Varianten.» Luma hat den Master in Biochemie

und kam aus der grossen Pharmaindustrie ins kleine Grüningen. Warum? «Es macht Spass, im Labor zu sein statt nur am Schreibtisch. Hier bin ich keine Nummer, sondern kann etwas bewirken. Und alle sind interessiert: Wir bei Fripool sind wie eine Familie.»



Beispiel für lockende Zusatzgeschäfte für Garagen im B2C-Bereich: Ein Display mit Polyston Helmet Cleaner.



CEO Hansjörg Hug zeigt die Verkaufsfrenner von Fripool: Die Scheibenwaschmittel der Marke Polyston.

Weitere Infos unter: [fripoo.ch](http://fripoo.ch)



SPARE BIS ZU CHF350

WWW.KWSUSPENSIONS.CH  
**SEASON CLOSING**  
01.11. – 08.01.2024