



**Interview mit Carl Elsener, Victorinox**

# Gelebte Swissness

**Wer und was bewegt die Schweiz? Der Unternehmer Carl Elsener z. B., er gewann in diesem Jahr die Auszeichnung zum Schweizer Unternehmer des Jahres. Wer ist dieser Mann, wofür steht er und was bewegt er – die Antworten gibt er gleich selbst im Interview.**

Von Anton Wagner

**E**s war ein ganz berührender Moment, als Carl Elsener im Januar 2012 die Bühne der TV-Swiss-Award-Show bestieg, um seine Auszeichnung als Schweizer Unternehmer des Jahres in Empfang zu nehmen.

Da oben auf dem Podest stand nicht einer der Sorte geschliffener Managertypen, sondern ein Mann mit eigenem Profil, ohne Starallüren – dafür mit einer grossen Portion an Klarheit und Authentizität. Dunkel war sein festlicher Anzug, rot wie sein Firmenlogo seine Krawatte und hell seine leuchtenden Augen.

Als er seine Rede begann, verstanden es alle im Saal sofort: er meint uns alle!

Carl Elsener richtete seine Dankesworte zunächst an seine Mitarbeiter, dann an seinen 90jährigen Vater, der vor ihm das Unternehmen geleitet hatte und schliesslich an alle Victorinox-Kunden, also Sackmesserbesitzer, also an dich und mich, an uns.

Kein Wort über seinen eigenen Werdegang, kein Wort über eigene Verdienste und Karrieresprossen.

Ganz einfach und als einen Teil der grossen Victorinox-Familie stellte er sich dar.

Da gab es keine komplizierten Sätze und auch keine schwierigen Fremdwörter, und doch blitzte der Schalk in seinen Augen, als er während seines kurzen Auftritts sein Produkt, das berühmte Schweizer Sackmesser, zweimal aus dem Hosensack zog und es dem faszinierten Publikum präsentierte.

Und die staunende Schweiz dachte in diesem Moment: in seiner Firma, da würde ich auch gerne arbeiten!

**BrauCHtum: Herr Elsener, wie kann ein Unternehmen so geführt werden, dass es sich als grosse Familie versteht?**

**Carl Elsener:** Familie ist vielleicht das richtige Stichwort. Ich bin als ältester Junge von elf Kindern aufgewachsen, da lernt man, sich in ein Team ein zu gliedern, auf alle Rücksicht zu nehmen. Ausserdem habe ich nur weiter geführt, was meine Vorgänger schon als Firmengefühl gelebt haben.

**Apropos, Sie haben die Leitung der Firma von Ihrem Vater übernommen und Sie teil-**

**ten lange mit ihm das Büro, war Ihnen das nie zu eng?**

Mein Vater ist ein sehr wichtiger Mensch in meinem Leben und nein, ich fühlte mich nicht eingeengt. Wir bei Victorinox bauen auf Kontinuität, da war es von grossem Vorteil direkt mit ihm, meinem Vorgänger zusammen arbeiten zu können.

**Sie haben den Award als Unternehmer des Jahres gewonnen und dabei die bekannten Schwergewichte Harry Hohmeister (Swiss) und Peter Spuhler (Stadler Rail AG) hinter sich gelassen, warum glauben Sie, haben Sie gewonnen?**

Dass ich nominiert wurde, das habe ich erst vor Weihnachten erfahren. Das Schweizer Fernsehen hat mich in einem Schreiben darüber informiert. Als ich zur Show kam, wusste ich nicht, wie die Wahl ausgehen würde, es war sehr spannend. Ich denke, Victorinox wurde gewählt, weil alle in

der Schweiz in irgendeiner Form eine Beziehung zum Schweizer Taschenmesser haben. Wie sagte doch der bekannte Moderator Thomas Gottschalk einmal: «Die Schweizer werden mit einem Sackmesser in den Windeln geboren.»

**Aber Herr Elsener, sie wurden nicht nur zum Unternehmer des Jahres gewählt, sie erhielten mit 11,4 % aller Stimmen den dritten Platz in der Gesamtwertung, direkt hinter Didier Cuche und Nils Jent. Wie erklären Sie sich das?**

Das hat mich auch überrascht. Vielleicht hat es



auch damit zu tun, dass unsere Geschichte und die Unternehmensphilosophie im Jubiläumsjahr in den Medien und bei der Bevölkerung grössere Aufmerksamkeit erlangte. Vielleicht verdanken wir das Abstimmungsergebnis aber auch unseren nachhaltig produzierten Produkten. In der Schweiz ist Qualität immer noch wichtig und vermag offenbar Jung und Alt zu faszinieren.

**War Ihre Firma immer erfolgreich, gab es nie Probleme?**

Doch, Probleme gab es zum Beispiel nach 9/11. Plötzlich brach der Verkauf von Sackmessern in unseren umsatzstärksten Verkaufspunkten in den Duty free shops der Flughäfen um 30 % zusammen. Das war ein harter Schlag. Trotzdem ist es uns auch in dieser Krise gelungen, unsere Mitarbeiter zu halten. In den letzten 80 Jahren unserer Geschichte haben wir nie einen Mitarbeiter aus wirtschaftlichen Gründen entlassen.

**Was haben Sie an Veränderungen danach in Ihrem Unternehmen angestrebt?**

Diversifikation, wir haben die Marke Victorinox mit anderen qualitativ hochwertigen Produkten erweitert. Zu unserer Produktpalette gehören heute neben Sack-, Haushalts- und Berufsmessern auch Parfüms, Uhren oder Reisekoffer, aber auch funktionale Reise- und Sportbekleidung.

Heute stehen wir auf mehreren Beinen und haben eine bessere Risikoverteilung.

**Man sagt, Sie setzen auch auf antizyklisches Verhalten, stimmt das und was heisst das genau?**

Ja, in der Hochkonjunktur bilden wir Reserven, die wir dann in Rezessionszeiten investieren. Wenn der Markt läuft, arbeiten wir viel Überzeit, weisen aber tiefe Lagerbestände aus und verzichten auf grosse Werbeetats. In schlechteren Zeiten bauen wir die Überstunden wieder ab, vergrössern unsere Lagerbestände und investieren in neue Produkte. In Hochkonjunkturzeiten sind wir i.S. Innovation eher etwas zurückhaltend, damit wir die Nachfrage nicht überhitzen.



**Tomo das stylische Kleinsackmesser von Victorinox.**

**Aber ohne Innovation geht es ja nicht, in den letzten Jahren haben Sie mehrere solche Innovationen an den Markt gebracht. Wie kam es dazu?**

Bei uns werden Innovationen sehr sorgfältig geplant. So war es beim Victorinox Swiss-Flash eine sehr beliebte Kombination von Messer und USB-Stick oder beim Nachfolgemodell Victorinox Presentation, ein Taschenmesser mit integriertem Laserpointer. Auch bei unserem neusten Produkt dem Tomo haben wir versucht Praktisches mit Schönerem und Ökologischem zu verbinden. Das ist uns auch gelungen.

**Sie haben dafür einen Designaward erhalten, nicht wahr?**

Ja genau, anfangs Jahr erhielten wir den «red dot» Award 2012. Tomo ist japanisch und bedeutet kleiner Freund oder Begleiter und genauso fühlt es sich an, leicht und handlich. Das stylische Kleinsackmesser entstand in Zusammenarbeit mit dem japanischen Design-

able ABITAX. Die Idee zu Tomo basiert auf der alten japanischen Kunst des Faltschnitts, des Kirigami. Präziser Schweizer Stahl wird mit puristischem Design und modernen Farben kombiniert und gibt der charakteristischen Form des Taschenmessers ein vollkommen neues Gesicht, ohne auf dessen bewährte Funktionen zu verzichten. Die Verpackung von Victorinox Tomo besteht aus 100 % recyceltem und wiederverwertbarem Zellstoff und passt somit perfekt zur ökologischen Philosophie unserer Marke.

**Herr Elsener, wie viele verschiedene Messertypen entstehen eigentlich in Ihrer Produktionsfirma?**

Mittlerweile sind es gegen 360 verschiede-

ne Typen. Alle haben unterschiedliche Aufgaben zu erfüllen. Aber es gibt auch den Typ Alleskönner, wie der Swisschamp, der vereint rund 40 verschiedene Tools in einem Messer, deswegen reden wir auch häufig von Werkzeug.



Ja genau, das Werkzeug, das einem in misslichen Lagen aus der Patsche hilft, wie bei MacGyver!

Ja, MacGyver war ein beeindruckender TV-Held, der die unmöglichsten Abenteuer bestehen konnte. Und ganz unter uns, solche

Geschichten wie MacGyver gabs auch im wirklichen Leben. Heute noch bekomme ich Briefe, in denen beschrieben wird, wie ein Victorinox-Sackmesser entscheidend war im Leben eines Menschen. Das rührt mich sehr und überzeugt mich jeden Tag aufs Neue,

der Marke und den Qualitätsprinzipien treu zu bleiben.

**Victorinox steht für Qualität, aber auch für Swissness, wie haben Sie die Marke geprägt?**

Ganz ehrlich, bis in den 90er Jahren haben wir kaum mal Werbung gemacht. Auch heute sind wir sehr zurückhaltend i.S. Werbung. Es waren häufig andere Firmen, die unser Produkt mitbeworben haben, indem sie in ihrer Werbung unsere Produkte als Qualitätssiegel abbildeten. Und so haben wir mit Victorinox nicht nur ein praktisches Werkzeug in die Welt hinaus getragen, sondern haben mit unseren Produkten auch geholfen, die Marke Schweiz als Qualitätssiegel zu etablieren. Das freut uns sehr. 



## Das Unternehmen Victorinox

Die Victorinox AG hat Sitz in Ibach, in der Gemeinde Schwyz. Bei Victorinox werden Messer hergestellt, auch das berühmte Schweizer Taschenmesser. Der Firmename wurde aus zwei Bestandteilen zusammengesetzt, aus Victoria, der Name der Mutter des Gründers, und INOX dem Stahl, aus dem die Messer hergestellt werden.

Das Unternehmen wurde 1884 von Karl Elsener gegründet. Heute beschäftigt die Victorinox-Gruppe weltweit 1800 Mitarbeiter, davon arbeiten 1200 in der Schweiz.

Das Unternehmen erwirtschaftet einen Umsatz von fast 500 Millionen Schweizer Franken. Täglich werden bis 60'000 Swiss Army Knife und Taschenwerkzeuge produziert.

Hinzu kommen 60'000 Haushalts- und Berufsmesser. Darüber hinaus bietet Victorinox auch Reisekoffer, Bekleidung und Uhren, sowie Parfüms von höchster Qualität an.

Das Unternehmen wird von Carl Elsener, dem Urenkel des Gründers geleitet.