

Nah an der Branche

Sam V. Furrer hat vom Metallbusiness in die Textilbranche gewechselt. Als neuer CEO der Schwob AG setzt Furrer auf Altbewährtes und neue Nischen.

INTERVIEW: SIMONE LEITNER

Die Schwob AG produziert hochwertige Produkte.

Bilder zvg

Sam V. Furrer, haben Sie sich bereits im Textilbusiness eingelebt?

Ich bin natürlich immer noch im Lernprozess. Doch die Branche fasziniert mich, unsere schönen Produkte begeistern mich. Wenn ich in Burgdorf durch unsere Produktion gehe, erfüllt mich die Manufaktur mit Stolz. Ein echter Schweizer Betrieb mit viel Tradition und grossem Know-how.

Sie waren bei Swissmetal und nun verkaufen Sie Bett- und Tischwäsche. Wie bewältigen Sie diesen Branchenwechsel?

Ich muss unsere Produkte ja nicht persönlich verkaufen. Wir haben ein hervorragendes Verkauferteam unter der Leitung von Manuel Küng. Ich konzentriere mich auf das Management und bin für die Gesamtleistung des Unternehmens verantwortlich und dafür, dass wir die richtigen strategischen Weichenstellungen für die Zukunft vornehmen. Solche Branchenwechsel sind im Management absolut üblich. Dennoch bin ich natürlich sehr darauf bedacht, die Textilbranche und auch die Branche unserer Kunden sehr genau zu verstehen.

Was verbindet Sie mit der Hotellerie und der Gastronomie?

Oh, sehr viel. Ich bin in einem gastronomischen Betrieb mit Metzgerei, eigener Produktion und einem Restaurant aufgewachsen. Dieser Punkt in meiner Vita hilft mir verstärkt, die Bedürfnisse unserer Kunden einordnen zu können. Ich sehe die Hotellerie und Gastronomie also nicht nur aus der Perspektive eines Gastes sondern ich weiss, was es hinter den Kulissen aussieht.

Wie erleben Sie Ihren neuen Kundenkreis?

Ich schätze den direkten und intensiven Kundenkontakt und begleite den Aussendienst so oft es geht. Wir stellen fest, dass immer mehr Gastgeber erkennen, dass die Tischwäsche ein zentrales Element des emotionalen Gesamterlebnisses des Gastes ist. Schöne Tischwäsche hat einfach eine viel höhere Wertanmutung und das ist für den Gast sichtbar und fühlbar.

Wie stellen Sie sich persönlich zum Engagement von Schwob im Bereich Nachhaltigkeit?

Das ist ein ganz klares Commitment unserer Firma und auch mir persönlich ein grosses Anliegen.

Unser Riesenerfolg mit Baumwolle aus kontrolliert biologischem Anbau sowie die Anerkennung, die wir für unsere ISO-14001-Zertifizierung und unsere Partnerschaft mit Max Havelaar erhalten, bestätigen uns, dass diese Themen auch für viele unserer Kunden erst-rangige Anliegen sind.

Wo liegt in Ihren Augen bei der Schwob AG noch Potenzial für die Zukunft?

Zuerst möchte ich betonen, dass unser Unternehmen in der Branche ein sehr gutes Renommee genießt und qualitativ in der Topliga spielt. Alleine diese Position zu halten, bedeutet einen ständigen Effort. Mit anderen Worten: In erster Linie müssen

die bestehenden guten Markenwerte und der bestehende Kundenstamm gepflegt werden. Aber natürlich sehe ich auch weitere Geschäftsfelder, die zusätzlich Wachstum generieren könnten. Auch im Export können wir noch wesentlich mehr machen.

Woran denken Sie?

Zum Beispiel an Unternehmen ausserhalb der Hotellerie und Gastronomie, an die grossen internationalen Marken, wie in der

Uhren- oder Finanzbranche, von denen es in der Schweiz viele gibt. Diese Unternehmen organisieren internationale hochkarätige Events, bei denen edle Tischwäsche mit Logo-Einwebung ein Thema ist. Wir machen bereits solche Aufträge, ich sehe aber weiteres Potenzial für die Schwob AG.

Heisst das auch, dass Sie vor allem das Luxussegment forcieren wollen?

Nein, nicht nur. Wir können, wenn der Kunde das will, die absolute Rolls-Royce-Tischwäsche produzieren, auch extravagante Designs in edelsten Materialien. Aber natürlich sind wir auch für Kunden da, die lieber etwas Schlichtes wollen, und dann gilt der Leitsatz «Gutes muss nicht teuer sein».

Halbleinen- oder Leinenprodukte mit eigenem Firmen-Logo eingewoben – das klingt sehr exklusiv. Hat die Schwob AG auch Privatkunden?

Ja, wir haben Privatkunden, die ihre individuelle Tisch- und Bettwäsche bei uns designen und anfertigen lassen, häufig mit aufwendigen Spezialkonfektionen wie Hohlsäumen. Wir sind in Burgdorf sehr flexibel und können auch kleine Losgrössen herstellen. Auch Königshäuser und

Prominente aus aller Welt zählen zu unserer Klientel.

Arbeiten Sie auch mit Interior Designern zusammen?

Das tun wir sehr gerne, dann können wir unsere Stärken und unsere Design-Kompetenz voll ausspielen. Wenn wir bei einem Neu- oder Umbau frühzeitig in den Prozess involviert werden, gelingt uns gemeinsam mit den Fachleuten die optimalsten Lösungen.

Haben Sie schon daran gedacht, einen bekannten Designer für eine Kollektion zu verpflichten?

Ja. Wir möchten unsere Zusammenarbeit mit Schweizer Designern verstärken und würden auch gerne exklusive Kollektionen herstellen.

Mit den eigenen Wäschereien und mit Partner-Wäschereien bieten Sie einen Full-Service an. Wie wichtig ist diese Dienstleistung für die Zukunft?

Diese Dienstleistung ist heute sehr wichtig und findet guten Anklang bei unseren Kunden. Eigene Wäschereien haben einen wichtigen Vorteil: Wir haben das Qualitätsmanagement von A bis Z im Griff. Wir arbeiten aber auch mit unseren Partnern sehr gut zusammen.



«Die Branche fasziniert mich, unsere Produkte begeistern mich.»

SAM V. FURRER
CEO SCHWOB AG

zur person

Das Textilunternehmen Schwob AG hat Sam V. Furrer (44) zum CEO ernannt. Furrer war seit 2003 Mitglied der Geschäftsleitung der Swissmetal-Gruppe, wo er als Personalchef, Leiter Unternehmensentwicklung und Pressesprecher tätig war. Er hat an der Uni St. Gallen Betriebswirtschaft studiert. sls

www.schwob.ch

ANZEIGE



So bequem gewinnt man Stammgäste.

Komfort, den man nicht missen möchte. Betten und Premium Matratzen von happy.

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association
Preferred Partner

happysystems™
I wett i hett es happy-Bett.