

Gut von der Hand in den Mund leben

SOLA Ob im Flugzeug, auf dem Schiff, im Hotel oder zu Hause: Oftmals wird Sola aufgetischt – schliesslich gehört der Familienbetrieb weltweit zu den grössten Herstellern von Besteck.

EDITH ARNOLD

Thomas Gerritsen sinniert: «Wir sind ein bisschen eine komische Firma.» Im Sitzungsraum zwischen Prototypen und Relikten erklärt der CEO: «Sola bedient einen Nischenmarkt. Seit 1999 wächst das Unternehmen im Ausland im zweistelligen Bereich. Vom Design über die Produktion bis zum Vertrieb haben wir alles selbst in der Hand. Mir ist keine Besteckfabrik bekannt, die das von sich behaupten kann.»

Sola fliegt mitunter Swiss, landet auf Tischen im Zürcher Opernhaus und «Dolder Grand» oder auf jenen der Hotelketten Hyatt und Accor. Besonders lukrativ scheint die Bestückung von Kreuzfahrtschiffen: «Passagiere werfen versehentlich Gabeln und Löffel über Board oder nehmen Besteckteile als Souvenir mit», sagt Gerritsen. Dass ihn Sola bis nach Ulan Bator verfolgt, hat ihn aber doch erstaunt. In der Hauptstadt der Mongolei sollen sich Männer sogar mit seinen Tafelmessern rasieren.

200 Tage pro Jahr ist Gerritsen unterwegs – nicht immer an den schönsten Orten. «Schleifen, Polieren, Reinigen, oft wird das Schmutzwasser direkt in den

Boden gelassen: Die Besteckmacherei ist eigentlich ein Dreckgeschäft», konstatiert der Chef. Seit Längerem sucht er im zollfreien Handelskorridor zwischen Delhi und Mumbai nach einem zusätzlichen Produktionsstandort. 42 «Fabriken» hat er im geopolitisch wichtigen Indien bislang angeschaut. Keine soll die minimalsten Umweltschutz-Anforderungen erfüllt haben. So muss Sola hier wohl von Grund auf selber bauen.

Gegen den Niedergang gestemmt

Damit hat Gerritsen aber Erfahrung: In der chinesischen Provinzstadt Xinxin unterhält Sola eine Besteckfabrik (1025 Beschäftigte). Für Edelprodukte betreibt man eine Manufaktur im indonesischen Surabaya (388 Mitarbeiter). Hier lassen inzwischen weltbekannte Labels ihre Designs ausführen. An

beiden Orten werde mindestens so sauber produziert wie in Europa. Der Produktionsstaub wird mit Wasser gewaschen, das dann Filter um Filter durchläuft. Jeder Angestellte arbeitet nach internationalen BSCI-Standards.

«Als Besteckmacherfamilie in der fünften Generation wollen wir uns nicht verbiegen. Die Einhaltung von ethischen und ökologischen Grundsätzen ist unser Luxus», sagt Gerritsen. Als er 1994 den Betrieb von seinem Vater übernommen hat, war Sola in einem relativ schlechten Zustand. «Zehn Jahre lang wurden keine Investitionen getätigt. Man lebte von Reserven und verschleierte den Betriebsverlust.» Wobei in den 1980er-Jahren die meisten Besteckfirmen in Europa am Boden lagen: Der Hauptmarkt der

versilberten Garnituren brach zusammen. Wer sich nicht neu positionieren konnte, musste den Betrieb schliessen.

Thomas Gerritsen packte die Chance. Mit Zahlen hat der angelernte Werkzeugmacher und MBA-Absolvent zuvor bei Schindler in Ebikon LU jongliert. Als Erstes analysierte er die Möglichkeiten: Wo könnte man günstig sowie fair produzieren? Und welche Märkte liessen sich zusätzlich bedienen? Danach begannen die vielen Reisen nach China und Indo-

nesien. Für die Vermarktung beschäftigt er Mitarbeiter an strategisch wichtigen Orten wie Bangkok. Inzwischen machen Australien/USA, Asia Pacific/Middle East und Europa/Russland/Afrika je ein Drittel des Umsatzes aus. In

«Wir haben alles selbst in der Hand. Mir ist keine Besteckfabrik bekannt, die das von sich behaupten kann.»

Thomas Gerritsen
Sola Switzerland



der Schweiz wird pro Einwohner und Jahr ein Besteckteil umgesetzt. Ein eigenes Konzept hat Gerritsen auch für den Vertrieb: Die Ware wird innerhalb eines Monats direkt von der Produktionsstätte zum Klienten geliefert. Das bringt auch eine bessere CO₂-Bilanz mit sich. Container von Europa nach Asien lässt Gerritsen mit Schleifmaterial aus Deutschland beladen. Der umgekehrte Handelsweg kostet fast nichts.

«Die Frage ist nun: Bringen uns die Asiaten dazu, mit Stäbchen zu

essen? Oder können wir sie von den Vorzügen von Messern, Gabeln und Löffeln überzeugen?», sagt Gerritsen. Optisch ist bereits eine Annäherung in Gang. Die Bestecke werden schlichter und schlanker, teilweise fast stäbchenartig wie die neuesten Designs von Alfredo Häberli by Sola. Für zwei Sets hat der Familienbetrieb den international gefeierten Designer engagiert. Geplant ist zudem ein «Diversicum aus schöpferischen Esswerkzeugen und multifunktionalen Schalen», wie es im Prospekt heisst.

In der Schweiz neu positionieren

Alfredo Häberli, ein Schweizer mit argentinischer Vergangenheit, passt gut in die Marketingstrategie von Sola. Das Traditionshaus will sich in der Schweiz neu positionieren, neben günstigen Angeboten in Verkaufshäusern vermehrt im Hochpreissegment mitwirken. Am Hauptsitz in Emmen LU machen Handwerker den letzten Schliff für ein 2500 m² grosses Verkaufsatelier. Bald können Besucher erleben, wie Sola jeden Tag neue Designs entwirft. Möglicherweise trifft man dabei auf Thomas Gerritsen, der gerade einen Prototyp fertigt.

FIRMENPROFIL

Name: Sola Switzerland AG, Emmen LU
Gründung: 1866
Führung: Thomas Gerritsen
Umsatz: 490 Mio Fr. (Schätzung der «Handelszeitung»)
Beschäftigte: 50 (nur Schweiz)
Produkte: Industriell und von Hand gefertigte Bestecke
Internet: www.sola.ch

1300 Liegenschaften in der Schweiz
1000 Pensionskassen als zufriedene Kunden
Eine Anlagestiftung,
mit einer neuen Anlagegruppe für kommerzielle Immobilien

Zeichnungsfrist
30.8 bis 10.9.2010

Zeichnen Sie jetzt Ansprüche der Credit Suisse Anlagestiftung Real Estate Switzerland Commercial

Die Credit Suisse Anlagestiftung Real Estate Switzerland Commercial (CSA RES Commercial) ist eine neue steuerbefreite Anlagegruppe mit Fokus auf kommerzielle Immobilien. Die CSA RES Commercial bietet den Vorsorgeeinrichtungen die Möglichkeit, sich an einem interessanten Portfolio von kommerziellen Immobilien mit guter Risikomischung zu beteiligen. Die angestrebte Rendite liegt durchschnittlich bei 4,5–5,0 % p.a. Ihre Chance, mit einem vorteilhaften Rendite-Risiko-Verhältnis interessante Erträge zu erzielen.

Mehr über das erstklassige Immobilien-Investment erfahren Sie unter Telefon 044 332 58 08*, Fax 044 337 20 82 oder www.credit-suisse.com/ch/realstate

Lancierung	1. Juli 2010
Angestrebte Rendite	Durchschnittlich bei 4,5–5,0 % p.a.
Anlegerkreis	Vorsorgeeinrichtungen
Ausgabe/Rücknahme	Grundsätzlich täglich zum jeweiligen NAV, wobei ein Aufschlag/Abschlag zugunsten des Anlagegruppenvermögens erhoben wird
Zeichnungsfrist	30. August bis 10. September 2010, 12 Uhr
Valuta	15. September 2010
Indikativer Ausgabepreis pro Anspruch	CHF 1 009.–
Valoren-Nr./ISIN	11354362/CH0113543620

Die Geschäftsführung behält sich vor, bei zu grosser Nachfrage Kürzungen bei der Zuteilung vorzunehmen. Bei der Öffnung vom 30. August bis 10. September 2010 bezahlt der Anleger keinen Ausgabeaufschlag.

CREDIT SUISSE

Emittent und Verwalter der CSA-Produkte ist die Credit Suisse Anlagestiftung, Zürich. Depotbank ist die Credit Suisse AG, Zürich. Statuten, Reglement und Anlegerrichtlinien sowie der jeweils aktuelle Jahresbericht bzw. die Factsheets können bei der Credit Suisse Anlagestiftung kostenlos bezogen werden. Als direkte Anleger sind nur in der Schweiz domizilierte steuerbefreite Vorsorgeeinrichtungen zugelassen. *Wir machen Sie darauf aufmerksam, dass Gespräche auf unseren Linien aufgezeichnet werden. Bei Ihrem Anruf gelten wir davon aus, dass Sie mit dieser Geschäftspraxis einverstanden sind. Bitte verlangen Sie vor einem Anlageentscheid die vollständigen Produktinformationen.