

ISA Sallmann

Qualität für darunter: Unterwäsche als Stoff einer Erfolgsgeschichte

Die ISA Sallmann AG in Amriswil produziert als letztes Unternehmen hierzulande Unterwäsche und verkauft diese auch hauptsächlich in der Schweiz. Firmenchef und Eigentümer Andreas Sallmann ist seit dem Sommer auch Präsident des TVS Textilverbands Schweiz. Beim Besuch erklärt er unter anderem, wie sich die Thurgauer erfolgreich am Markt behaupten können. **Michael Zollinger**

Die ISA Sallmann respektive ISA Bodywear gehört zu den Profiteuren der aktuellen Frankenstärke. Viele Rohstoffe beschafft das Amriswiler Familienunternehmen im Euro-Raum zu derzeit besten Konditionen und gleichzeitig exportiert es nur wenig – nämlich 15 Prozent des Umsatzes. «Stimmt. Die derzeitige Situation kommt uns entgegen. Es läuft hervorragend», sagt Andreas Sallmann, CEO in sechster Generation und Eigentümer des Thurgauer Textilunternehmens. Und doch lässt ihn die gegenwärtige Entwicklung an den Devisenmärkten keineswegs frohlocken. Zum einen nicht, weil Sallmann seit Sommer auch neuer Präsident des TVS Textilverband Schweiz (Swiss Textiles) ist. Als solcher macht er sich ernsthafte Sorgen um die Branche. Zum andern, weil die Euro-Krise sein Unternehmen in zweiter Instanz eben sehr wohl treffe, wie er erklärt: «Wenn Firmen ins Ausland verlagern, kostet das Arbeitsplätze in der Schweiz und senkt damit die Konsumentenstimmung, was wiederum auch schlecht für ISA Bodywear ist.»

Der Unternehmer hält am Standort Thurgau fest

Andreas Sallmann, 55-jährig und sechsfacher Vater, ist ein Unternehmer, der über den eigenen Tellerrand hinausblickt. Über sein Engagement als neuer Präsident von Swiss Textiles sagt er: «Ich habe jahrelang von diesem Verband profitiert. Jetzt muss ich auch mal etwas zurückgeben.» Während Jahren engagierte sich der frühere Regimentskommandant unter anderem als FDP-Vertreter im Thurgauer Grossen Rat, bis das Unternehmen wieder eine stärkere Präsenz von ihm verlangte.

Politisch motiviert ist auch sein Festhalten am Produktionsstandort Amriswil. Im Thurgau betreibt ISA Bodywear eine eigene Strickerei und Ausrüsterei und schneidet die Stoffe selbst zu. Genäht werden sie seit 1972 in der firmeneigenen Näherei in Portugal, wo das Unternehmen 160 Personen beschäftigt. Das sei – so Sallmann – besser als in Asien. Der Betrieb produziere ausschliesslich für ISA, mit einer sehr schnellen Reaktionszeit. Bestelle man am Morgen bestimmte Pyjamas, gingen die Teile noch am Abend auf die Reise. Zwei Tage später sei die Ware im Thurgau.

«40 Prozent des Umsatzes liefern die Grosskunden Coop, Manor sowie Jelmoli.»

Die Produktion in der Schweiz ist Sallmann ein grosses Anliegen. «Solange es finanziell vertretbar ist, bleiben wir hier», betont der Patron. «Wenn ich die Strickerei schliessen würde, brächte mir das 150 000 Franken. Würde ich die Färberei ins Ausland verlagern und das Gebäude hier vermieten, kämen Mehreinnahmen von weiteren 300 000 Franken dazu. Rund eine halbe Million Franken hätte ich jährlich mehr in der Tasche. Doch ich frage mich: Wenn alle so denken, wo arbeitet dann unsere nächste Generation dereinst?»

1986 trat er in den elterlichen Betrieb ein, nachdem er sich nach der Ausbildung zum Textilkaufmann und Bekleidungstechniker vier Jahre lang ausser-

halb der Firma als Betriebsleiter im Tessin die Sporen abverdient hatte. Per 1989 übernahm Andreas Sallmann das Unternehmen von seinem Vater Robert und richtete es noch stärker verkaufsorientiert aus. «Damals sagten viele im Dorf, das kommt nicht gut. Ich genoss als gut 30-Jähriger nicht gerade viel Kredit hier», erinnert sich Sallmann. Als damalige Nummer 4 bei der Herrenunterwäsche definierte er die Vision, zur Nummer 1 in der Schweiz zu werden.

Neue Verkaufsideen und Präsenz an der Front

Nebst neuen Produkten kamen neue Verkaufsideen, und man legte das Augenmerk viel stärker auf den «Point of Sale». «Wenn am Verkaufspunkt ein Durcheinander ist und die Waren nicht verfügbar sind, schreckt das die Kunden ab», ist Sallmann überzeugt. Er und seine Aussendienstmitarbeiter intensivierte den Kontakt zu den Kunden. «Drei Tage pro Woche bin ich normalerweise draussen bei den Kunden und spreche auch häufig mit den Verkäuferinnen. Das bringt viel mehr als alle grossen Marktforschungen. Was einem die Verkäuferinnen über die Produkte und Verpackungen an Feedback geben, ist Gold wert», hat Sallmann gelernt. Die Funktion des Verkaufsleiters nimmt er heute wieder selbst wahr. Man dürfe sich nicht mehr nur als Verkäufer gegenüber dem Handel betrachten, sondern vielmehr als Umsatzbringer und partnerschaftlicher Problemlöser. Dazu gehöre es zum Beispiel, falsch bestellte Ware auch einmal zurückzunehmen.

Die intensiven Anstrengungen der letzten Jahre waren von Erfolg gekrönt. Heute ist ISA Bodywear mit ihren ►



Bilder: z/g

Beweist, dass man in der Schweiz erfolgreich Textilien produzieren kann: CEO Andreas Sallmann (oben links) lanciert ständig neue Unterwäsche-Produkte für Herren und Damen (oben rechts). Bild unten: Strickereianlage in Amriswil.

- Schweizer Qualitätsprodukten hierzu-lande die Nummer 2 bei der Herrenunterwäsche – gleich nach Branchenleader Calida. Rund 40 Prozent des Umsatzes macht die Firma mit den drei Grosskunden Coop, Manor und Jelmoli, den Rest mit Versand- und unzähligen Fachhändlern. Letztere geraten immer stärker in Bedrängnis, was auch Sallmann Sorge bereitet. Als «Local Brand» im gehobenen Segment hat ISA Bodywear einen schweren Stand gegen Marken wie zum Beispiel Calvin Klein.

Der Coup mit den Schwingern

Das geht nur über fühlbar allerbeste Qualität und mit pfffigen und unkonventionellen Ideen. Eine solche war zum Beispiel die letztjährige Lancierung einer Schwinger-Kollektion aus Anlass des Eidgenössischen Schwingfests in Frauenfeld. Die Unterwäsche im Schwinger-Design schlug ein wie eine Bombe und wird bis heute sehr gut und vorab über den Fachhandel verkauft. «Die Schwinger-Unterwäsche war ein richtiger Lucky

«Bei der Herrenunterwäsche sind die Thurgauer die Nummer 2 in der Schweiz.»

Punch. Das werden wir so schnell nicht mehr wiederholen können. Von zehn Sachen, die man macht, funktionieren vielleicht drei so gut», ist sich Andreas Sallmann bewusst.

Für ein Schmunzeln sorgt der Firmenchef auch immer wieder mit seinen Brief-

wechseln mit Staatschefs in aller Welt, denen er eine Unterhose schickt, nachdem sie gewählt worden sind. Die Dankesbriefe sammelt er und verwendet sie gerne als Einstieg, etwa bei Kundengesprächen. So kokettiert er damit, dass Bill Clinton sich herzlich bedankt und versichert habe, die Unterwäsche auch zu tragen. Man könne ja Frau Monica Lewinski fragen, wenn man es nicht glaube, witzelt Sallmann.

Auch wenn die Aufgabe äusserst anspruchsvoll ist: Es bereitet ihm sichtlich Spass, dieses Unternehmen zu führen. Kürzlich hat er seine Fabrikhallen erstmals für eine Kunstaussstellung geöffnet. Für eine Überraschung ist Sallmann jedenfalls immer gut. Im nächsten Frühling etwa wird das Unternehmen als Folge von Sallmanns Initiative mit «ganz normalen» Thurgauer Männern, die im Rahmen eines Castings ausgewählt wurden, für seine neusten Modelle werben.

Vor dem Generationenwechsel

Vor knapp einem Jahr hat der Firmenchef die Aktien seiner beiden Schwes-

tern und des Vaters gekauft und besitzt heute 97,6 Prozent des Kapitals. Den Rest halten die drei grössten seiner sechs Kinder sowie seine Frau. «Ich bin jetzt 55. In etwa fünf Jahren muss klar sein, ob meine Kinder ins Unternehmen einsteigen oder nicht», sagt Sallmann. Ein Sohn arbeitet bereits im IT-Bereich in Amriswil, wird das Unternehmen aber im Frühling wieder verlassen. Der Vater will es übrigens so, aufgrund der eigenen Erfahrung.

«Hirn und Herz bleiben hier»

Er selbst wolle mit 62 nicht mehr jeden Tag für ISA Bodywear auf die Piste. Da fragt sich: Wird das Unternehmen in zehn Jahren immer noch im Thurgau produzieren? «Hirn und Herz bleiben auf jeden Fall hier. Wo die Hände sein werden, kann ich nicht sagen», meint der Chef dazu. Er glaube aber, dass ökologische Aspekte in zehn Jahren eine noch stärkere Rolle spielen werden als heute. «Vielleicht ist das dann ein Vorteil, dass wir immer hier geblieben sind», sagt Sallmann. ■

Seit 150 Jahren im Geschäft

Die heutige ISA Sallmann AG wurde 1849 von Joseph Sallmann, dem gebürtigen Sachsen und Urgrossvater des heutigen Eigentümers und CEO Andreas Sallmann, gegründet. Das Unternehmen produziert und verkauft hauptsächlich Unterwäsche, T-Shirts und Pyjamas für Herren.

Der Umsatz beträgt knapp 20 Millionen Franken, wovon 15 Prozent im Ausland (Deutschland, Österreich, Luxemburg, Italien und Taiwan) erwirtschaftet werden. In Amriswil beschäftigt ISA Bodywear 45 Mitarbeitende (20 in der Produktion), und in der eigenen Näherei bei Porto (Portugal) 160. Im Jahr 2005 hat das Unternehmen wie einst früher wieder Damenwäsche eingeführt, deren Produktionsanteil derzeit 12 Prozent ausmacht. ■

Verpflegungsbeiträge



Schweizer Lunch-Check
8027 Zürich
Tel. 044 202 02 08
Fax 044 202 78 89
www.lunch-check.ch

Lunch-Checks sind erste Wahl.

Bis CHF 180.– pro Monat (CHF 2'160.– pro Jahr) sind Lunch-Checks von Sozialabgaben (AHV/IV/EO/ALV/NBU) befreit. Erfahren Sie mehr unter www.personalverpflegung.ch.