

Tradition mit neuem Anstrich

TRIUMPH INTERNATIONAL Das Familienunternehmen feiert dieses Jahr seinen 127. Geburtstag. Trotzdem erfindet es sich, was das Management betrifft, seit fünf Jahren neu.

VON JASMINE ALIG

Ich habe den besten Job in der ganzen Firma», behauptet Sabrina Hartusch. Sie hat gute Gründe. Als Global Head of Insurance bei Triumph International leistet sie Beiträge für die gesamte Wertschöpfungskette und hat Einblick in alle wichtigen Prozesse. Ihr Motto: «Eine Versicherungsabteilung ist nur so gut, wie sie das Unternehmen kennt.» Deshalb müsse sie wissen, was von-statten gehe. «Die Produkthaftpflicht fängt zum Beispiel da an, wo Produkte entwickelt werden. Also muss ich auch bei Innovationen immer ein Auge drauf haben», erklärt sie. Das-selbe gelte auch für andere Bereiche wie die Supply Chain oder das Personalwesen: «Es gibt überall Aspekte, auf die man achten muss.» Dafür brauche man ein Auge fürs Detail, dürfe sich aber nicht darin verlieren. Hartusch nennt diese Fähigkeit «Big Picture Thinking».

Die 31-jährige Heidelbergerin ist für sämtliche Versicherungen des globalen Textilkonzerns zuständig. Das Fachwissen dazu hat sie sich sowohl im In- als auch im Ausland ange-



BILDER: ZVG

Begehrt: Triumph International gehört zu den grössten Unterwäscheherstellern der Welt.

NACHGEFRAGT

«Ein Schaden ist nie geplant»



Sabrina Hartusch, Global Head Insurance bei Triumph International

Wie läuft ein normaler Arbeitstag für Sie ab?

Sabrina Hartusch: Bei mir ist kein Arbeitstag gleich wie der andere. Ich habe mir eine rol-

lende Planung fürs ganze Jahr erstellt. Diese arbeite ich nach und nach ab. Natürlich lasse ich auch immer einen Puffer für ungeplante Dinge offen. Ein Schaden ist schliesslich nie geplant. Ist etwas geschehen, kommt das aber immer «on top», auch wenn ich hundert andere Dinge zu tun hätte.

Tragen Sie selbst Triumph-Unterwäsche?

Ja.

Sind die Produkte bei Ihnen im Head Office

in Bad Zurzach ausgestellt?

Wie jede andere Firma stellen auch wir unsere neuesten Produkte in unseren Räumlichkeiten aus. Darum ist es immer ganz amüsant, wenn externe Besucher zu uns kommen und aufgrund der Unterwäschebilder und der Unterwäsche irritiert sind. Ich persönlich vermute ja, dass die Versicherungsvertreter gerade deswegen so gerne zu uns in den Hauptsitz kommen (lacht).

INTERVIEW: JASMINE ALIG

Mode für drunter

Das im Jahr 1886 gegründete Lingerie- und Shape-Wear-Unternehmen Triumph International gehört zu den weltweit grössten Herstellern von Unterbekleidung. Mit seinen Hauptmarken Triumph, Sloggi, Valisère und HOM vertreibt das Schweizer Familienunternehmen seine Produkte gemeinsam mit seinen Handelspartnern sowie in über 2000 Triumph Stores und via E-Commerce in mehr als 120 Ländern auf allen Kontinenten. Triumph erzielte 2011 mit über 36 400 Mitarbeitern einen Umsatz von zwei Milliarden Schweizer Franken.

Triumph unterhält 5 globale Versicherungsprogramme, wobei das Sach- und Betriebsunterbrechungsversicherungsprogramm risikotechnisch und prämienbezogen das grösste darstellt. Aufgrund der vielen Länder, in denen Triumph tätig ist, führt jedes Land nochmals individuelle Versicherungen, die in Abstimmung mit dem Head Office abgeschlossen werden und auf die Operationen dort passen. Aufgrund des grossen Personalbestandes stellen Personenversicherungen aller Art ebenfalls einen beträchtlichen Prämienaufwand dar.

eignet: Nach ihrem BWL-Studium mit dem Schwerpunkt Finanzdienstleistungen an der Berufsakademie Mannheim zog sie nach London und schloss an der Cass Business School mit dem Master of Science in Insurance and Risk Management ab. Erste Versicherungsluft auf dem internationalen Finanzplatz London schnupperte sie bei MLP Private Finance plc als Branch Assistant. Nach zwei Jahren wechselte sie zu Allianz Insurance plc und war dort ein Jahr lang als Assistant Underwriter tätig.

Nichts in Stein gemeisselt

Nach vier Jahren Studium und Arbeit in London zog es Hartusch 2008 nach Bad Zurzach in den Hauptsitz des Unterwäscheherstellers Triumph International. Dort wurde sie als Leiterin des Versicherungsbereichs in die globale Finanzabteilung (Global Finance & Administration) des Konzerns eingegliedert. Diese besteht aus dem CFO und seinen Direct Reports, die an ihn berichten. Dazu gehören die Versicherungsabteilung mit Hartusch, die Steuerabteilung, das Accounting, das Controlling, die Finanzplanung, das Treasury, die Rechtsabteilung, die Zollabteilung und noch einige weitere Abteilungen. Alle vier Wochen treffen sich die Direct Reports und tauschen sich aus. «Das Global Finance & Administration Head Office von Triumph International ist sehr schlank aufgestellt», erklärt Hartusch. Doch nur weil sie weniger Leute seien, heisse das nicht, dass sie dadurch schlechter sind. Im Gegenteil: «Das bringt uns die nötige Agilität.»

Einmal im Monat findet der CFO Call statt. Dabei halten der CFO in Bad Zurzach und seine Direct Reports eine Telefonkonferenz, in die sich alle 60 Finanzverantwortlichen aus allen Ländern einklinken. «So hat man einmal

im Monat eine Plattform, wo alle Länder miteinander über wichtige Geschehnisse reden können», erzählt die international gewandte Hartusch. Einmal im Jahr, und zwar jeweils im März, treffen sich die weltweiten Finanzverantwortlichen auch physisch zur sogenannten CFO-Konferenz. Diese findet jedes Jahr in ei-

nem anderen Land statt, 2012 zum Beispiel am Produktionsstandort Marokko.

Trotz den 127 Jahren, die Triumph International bereits auf dem Buckel hat, ist das sich nach wie vor in den Händen der Gründerfamilien befindende Traditionsunternehmen in einem Wandel. Angefangen hat alles, als 2008 erstmals ein globaler Finanzvorstand ernannt wurde. Dieser setzte damals alles neu auf und brachte Bewegung in den Konzern. «Bei uns ist noch nicht alles in Stein gemeisselt», sagt Hartusch und erklärt, dass Triumph, obwohl damals schon ein Weltkonzern, vor 2008 eher wie ein KMU geführt wurde. Vor fünf Jahren war es dann zum Beispiel auch, als der erste globale Personalvorstand eingesetzt wurde. «Das Unternehmen ist sich am Entwickeln», hält die Heidelbergerin fest. Aber genau das mache es auch spannend, dort zu arbeiten. «Ein traditionsreiches Familienunternehmen übernimmt moderne internationale Konzernstrukturen. Vieles ist im Aufbau und man kann noch einiges dazu beitragen.» Bei diesem Prozess sei das Zusammenspiel das A und O. «Wir sind ein agiles, dynamisches, fachlich fundiertes Team, das offen ist für Veränderungen», so Hartusch. Das sei →

Anzeige

Mittlere Unternehmen

Grosskonzerne

Kleinunternehmen

Size does not matter.

elipsLife versichert Unternehmen jeder Grösse.

www.elipsLife.com

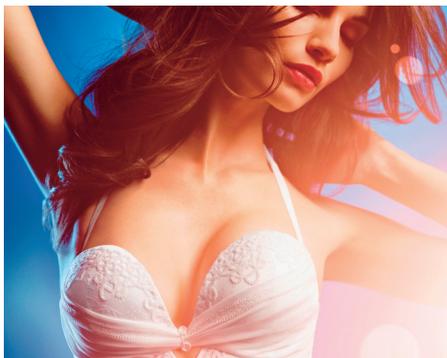
elipsLife your insurance

springda.ch

→ auch die Absicht der Eigentümer. «Das Unternehmen hatte auch vorher schon Erfolg, trotzdem musste es mal einen Wandel geben.»

Reine Definitionsfrage

«Alle Versicherungsthemen, die man sich vorstellen kann, gehen am Ende des Tages über meinen Tisch und werden dort auch entschieden», erklärt Hartusch, die seit 2009 im Vorstand der Sirm für internationale Beziehungen verantwortlich ist, selbstbewusst. Das könne ein Mietvertrag für einen neuen Shop in Kanada sein, in dem ein Versicherungsabschnitt validiert werden muss, oder ein Outsourcing von einem Lager in Asien, in dem sie die Risiken und Versicherungsimplicationen analysiert. Von ihrem Büro aus werde alles gesteuert. «Der Schweizer Hauptsitz ist quasi das Sprachrohr», hält Hartusch fest. Ihr Ansprechpartner in jedem Land ist jeweils der Finanzdirektor, der sie in der Umsetzung der Strategie vor Ort unterstützt. Obwohl Sabrina Hartusch alleine für den gesamten Versicherungsbereich zuständig ist, operiert sie nicht isoliert. «Wir sind kein hierarchischer Konzern», erklärt sie. Die Zusammenarbeit stehe im Vordergrund. Darum erstellt sie beispielsweise



Die Produkte von Triumph sind in mehr als 120 Ländern auf allen Kontinenten erhältlich.

Personenversicherungen für die Schweiz zusammen mit dem Personalverantwortlichen Schweiz. Dasselbe gilt für alle anderen Abteilungen, die eine Versicherung brauchen.

In ihrer Funktion übernimmt Hartusch auch Aufgaben eines Inhouse-Brokers. Eine eigene Rechtseinheit besteht bei Triumph, seit 2012 Mitglied der Vereinigung Schweizerischer Inhouse-Broker, jedoch nicht. «Ich bin eine ganz normale Versicherungsabteilung, so wie es auch die Steuerabteilung gibt», sagt sie bescheiden. «Wir arbeiten direkt mit Versiche-

ren und bei Bedarf mit Patrick Starke von Starke & Cie GmbH zusammen», kommentiert sie. Mit der Bezeichnung «Risk Management» geht Hartusch vorsichtig um. «Viele schimpfen sich Risk Manager und machen am Ende des Tages weniger als ich», sagt sie. Jede Versicherungsabteilung befasse sich zwangsläufig auch mit Risk Management. Der Bereich sei ja per se schon mit Risiken verknüpft. Spreche man bei Triumph International von Risk Management, sei das Enterprise Risk Management gemeint. Hierbei gehe es um übergeordnete Themen wie Strategien, Ziele und Kernprojekte der ganzen Firma und nicht nur um Versicherungsschäden oder Risk Engineering. «Das ist bei uns viel höher angesiedelt», verdeutlicht die Fachfrau. «Im Versicherungsbereich reden wir von versicherbaren Risiken. Aber als Unternehmen gibt es viele Risiken, die nicht versicherbar sind. Dazu gehören zum Beispiel Imageschäden, die sich durch Produktfälschungen oder Streiks ergeben.» Das Enterprise Risk Management von Triumph befindet sich derzeit noch in Entwicklung. Momentan wird der Bereich noch durch den Vorstand abgedeckt, der sich um Governance, Risk and Compliance kümmert. ■

Anzeige

Sie schliessen ab.
Unsere KMU-Produkte
öffnen Ihnen die Tür.

innova setzt auf nachhaltige Partnerschaften mit Maklern und Brokern. Wir bieten schlanke, standardisierte Versicherungslösungen im Bereich Lohnausfall- und Unfallversicherung explizit für Kleine und Mittlere Unternehmen (KMU) an. Erschliessen Sie jetzt mit innova den Kundenkreis KMU. Ausgezeichnet versichert: innova.ch | verkauf@innova.ch | 0848 866 400

innova
ausgezeichnet versichert