



Beste

FREUND INNEN

Wir

treffen uns zum Interview im Flagshipstore in Erlach an der „Goldküste“ des Zürichsees. Aus Presseberichten habe ich eine ungefähre Vorstellung meiner Interviewpartnerin – Mimi Mollerus, die energiegeladene, unkonventionelle Powerfrau, immer offen für Neues. Das ist sie, zweifellos! Nach nur wenigen Sätzen sind wir mitten in einem angeregten Gespräch über die Welt und das Leben, über Privates, die Arbeit, über Lebensfreude und vieles mehr. Sie sei ein „early bird“, der die frühe Morgenstunde liebt. Ab fünf Uhr in der Früh sei sie auf Hochtouren: frisch, frei in den Gedanken „Das ist der Moment, wo ich unheimlich produktiv bin. Wo man aus dem schöpft, was der Kopf hergibt. Die Ideen müssen ja aus einem selbst herauskommen.“ Auch jetzt sprüht sie vor positiver Energie, antwortet sehr spontan. Ihre Stärke sei der Plan B, sagt sie.

Mimi Mollerus, was meinen Sie damit? Plan A lässt sich nicht immer verwirklichen. Ich habe unglaublich viele Ideen. Da muss ich überlegen, wie realisiere ich die.

Mit dem Flagshipstore am Zürichsee hat sich einer Ihrer Träume erfüllt ... Zuvor saßen wir in einem Textil- und Modecenter, unsichtbar für den Endkunden. Der Flagshipstore ist unsere visuelle Visitenkarte, unser Herz, in dem die Markenwelt pulsiert, fassbar für Kunden und Endverbraucher. Deshalb legen wir auch jeder Tasche eine kleine Karte bei: „Become a friend“ ist gleichzeitig Leitmotiv und Inhalt unserer Marketing- und Kommunikationsstrategie. Die Kundin kann ihre Karte einschicken und einen Lunch mit mir oder einen Gutschein für ein Käuferlebnis bei uns im Wert von 1.000 Schweizer Franken gewinnen. Der Rücklauf ist großartig!

Und wie ist Mimi Mollerus privat? Ich bin verheiratet, wir haben zwei kleine Kinder. Das bringt Herausforderungen mit sich. Kinder entwickeln sich schnell und konfrontieren dich immer wieder mit neuen Geschichten.

Wie vernetzen Sie Privates und Beruf? Mitunter ist es nicht leicht ... da kann es sein, dass ich am Sonntag sage: „Kinder, ich habe gerade eine Wahnsinnsidee, die muss ich durchdenken.“ Du musst bei vielem, was du entwickelst, erst einmal verstehen, wie es zu realisieren sein könnte. Ich bin eben eher spontan, auch bei unseren Marketingaktionen.

Sie hatten gerade Ihr Fotoshooting mit Taschen und Brillen ... Leider Gottes kam ich im letzten Moment auf die Idee, nicht nur mit zwei Modellen und statt an einem an zwei Tagen zu shooten, sondern auch noch unsere „talented testimonials“ einzuführen. Mich interessieren intelligente, junge Frauen, die im Studium sind und unsere Marke lieben. Die habe ich über Facebook gesucht, sie mussten sich bewerben und wurden eingeladen. Und es kamen tolle Frauen zu unserem Shooting.

Sie sind in Deutschland geboren, wie sehr sind Sie heute Schweizerin? Ich bin sehr patriotisch, obwohl ich keine gebürtige Schweizerin, aber mit einem Schweizer verheiratet bin. Ich bin stolz auf mein Land und schätze es sehr. Es geht uns gut, das gibt mir ein Gefühl der Sicherheit. Wir haben ein gesundes Umfeld und der Umgang der Menschen miteinander ist achtsam, bedacht. Trotzdem fehlt mir manchmal meine bayrische Heimat, der Tegernsee.

Welches sind die Besonderheiten eines Familienunternehmens? Als Familienunternehmerin befinde ich mich in einer Art Sandwich. Ich bin verantwortlich, auch wenn es immer noch die Firma meines Vaters ist. Für ihn, der die Firma aufgebaut hat, ist es schwierig loszulassen. Ich bin jetzt zehn Jahre im Unternehmen. Ich liebe meinen Job, musste lernen, mich durchzusetzen.

„Become a friend.“ Diese smarte Sympathiebotschaft an die Kundinnen, gedruckt auf einer Karte, findet sich in jeder Tasche von Mimi Mollerus. Eine schöne Handtasche sei für die moderne Frau Ausdruck von Stil und stilvoller Lebensfreude. Ein weibliches Universum, in dem sie einfach alles mit sich trägt, sagt die Designerin und Unternehmerin. Nun hat die Schweizer Maison Mollerus auch die Brillenmode für sich entdeckt.

Sie sind verantwortlich für Produktentwicklung, Design, Marketing, Kommunikation und interne Organisation und zudem der gute Geist des Ganzen – habe ich das richtig zusammengefasst? Ja (lacht!), und die ganzen Nuancen dazwischen. Plus die Familie. Und viele unvorhergesehene Dinge. Um das alles zu managen, gibt es Faktoren, auf die muss ich mich hundertprozentig verlassen können in der Familie, bei den Menschen, die mich unterstützen. Diese Komponenten müssen in meinem Leben funktionieren.

Sie haben 12 Mitarbeiter im Unternehmen ... Menschen, mit denen ich auf Augenhöhe arbeite, wir sind ein eingespieltes Team und funktionieren wie am Schnürchen.

Wie sehr haben Ihre Eltern, Ihr Vater, Sie geprägt? Der Kriegsgeneration entstammend, haben sie mir vermittelt, dass man um Dinge kämpfen muss. Wäre ich eine faule Nuss gewesen, wäre ich nicht so weit gekommen. Ich kann die Ärmel hochkrempeln, bin mir für nichts zu schade. Ich habe eine Lehre als Industriekaufrau beim Modehaus comma, gemacht, da war ich der Stift und hatte gar keinen Namen. Aber das, was ich gelernt habe, habe ich dieser Ausbildung zu verdanken. Die vielen Überstunden waren mir ganz egal. Auch heute noch. Es kann ja niemand etwas dafür, wenn mir meine Ideen häufig in der Nacht kommen. Dafür kann ich keine Überstunde aufschreiben. Ich liebe meine Arbeit. Die jungen Leuten brennen heute häufig nicht mehr für Ihre Ziele.

Sind Sie dem Leben gegenüber kompromissbereiter geworden? Ich kann heute mit vielem gut leben, bin ruhiger geworden.



Farbenfrohe Eleganz: Die Maison Mollerus entwickelt und produziert Taschen, Reisegepäck und Kleinlederwaren. Seit 2013 gehört auch Brillenmode zum Produktportfolio

Foto links: Mimi Mollerus, die Frau an der Spitze des Schweizer Taschen-Universums



Brillenfotos: Jorg Rozler, www.jorgrozler.com

Stilvoller Lifestyle - feminin-elegante Sonnenbrillen und Korrektionsfassungen. Sie erweitern heute das Accessoire-Portfolio der Marke. Partner für die Eyewear ist Hersteller Emmerich-Fashion.

Was gehört zu Ihren Lebensfreuden? Wenn mir meine Freunde Zeit schenken. Ich bin befreundet mit intelligenten Frauen, die tolle Jobs und/ oder Kinder haben. Die sich für mich Zeit nehmen, auch wenn diese eng getaktet ist. Zeit mit anderen Menschen zu verbringen, ehrliche Gespräche zu führen, das sind die Momente, die ich besonders zu schätzen weiß.

Was fasziniert Sie an Mode? Was mir in der Mode wichtig ist, ist das Thema Qualität. Ich liebe handwerklich Hergestelltes, deshalb produzieren wir hauptsächlich in der Schweiz und in Italien.

Wie sehr ist Ihr Berufsleben Teil Ihrer Lebensfreude? Mir macht mein Job irrsinnig Spaß. Ich nehme mir manchmal nur zu wenig Zeit für gewisse Dinge. Es gibt nicht den typischen, durchstrukturierten Tag für mich, das ist ein Flow. Was ich gelernt habe, ist nicht sofort immer den ersten Schritt zu gehen, sondern zu entscheiden, was haben wir, was brauchen wir, was ist das Ziel. Ich handle lösungsorientiert und muss von einer Sache überzeugt sein.

Woher kommt Ihre Leidenschaft für schöne Taschen? Warum keine Schuhe? Vielleicht werden es auch nochmal Schuhe (lacht). Meine Eltern hatten früher ja mehrere Modengeschäfte, und mein Vater hat immer gesagt: „Alles, was Größen hat, ist schwierig.“ Ergo auch Schuhe. Eine Tasche hat nicht sechsunddreißiginhalf und drückt, jeder kann sie tragen. Das ist seine Weisheit. Wir machen Taschen, die viele Jahre halten, unsere Vinerus-Linie, das ist vinylbeschichtetes Canvas, läuft hervorragend.

Müssen Sie noch eine jüngere Linie kreieren? Eine Kollektion mehr, ob billig oder teuer, bringt es nicht. Ich stehe zu einem Produkt, einer Marke. Man kann nicht für alle Momente alles produzieren. Außerdem mögen Kunden die Dinge, an die sie sich gewöhnt haben, weil sie den Wert der Marke erkennen. Werde ich nach unserer Zielgruppe gefragt, ist meine Antwort: „Anybody.“ Unsere Kunden sind transversal. Es kann eine Dame mit 85 sein, die sagt: „Dies ist meine letzte Tasche.“ Oder die ganz junge Frau, deren Mutter schon MM getragen hat.

Welcher irdische Ort schenkt Ihnen die größte Lebensfreude? Capri. Da gibt es keine Autos. Die Farben, die italienische Lebenskultur finde ich großartig, das einfache Essen. Ich liebe es, einmal im Jahr Luxus und Dolce far Niente dort zu genießen, die Sonne, das Flair. Diese Insel hat eine tolle Energie. Ebenso wie der kleine Ort auf der thailändischen Insel Ko Samui, wo ich gerne bin. Ein kleines Paradies mit großer Stille und wunderbaren Massagen.

Wenn Sie drei Wünsche frei hätten, welche Lebensfreuden würden Sie sich wünschen? Wünschen darf man sich ja alles. Erstens würde ich gerne meine Flugangst überwinden. Ich wünschte mir zwei sabbatische Monate mit meiner Familie, einfach irgendwohin zu ziehen. Und ich wünsche mir Gesundheit. Die lassen wir nämlich gerne aus dem Auge, bis uns irgendetwas umhaut.

Tragen Sie Brille? Ja, ein bisschen zum Autofahren. Und meine Sonnenbrille. Ich habe von Holger Emmerich „Mimis Brillenkollektion“ bekommen. Für mich muss eine Brille leicht sein, sie darf nicht drücken. Ich mag Dinge, die praktisch sind. Wichtig ist mir die Verbindung zu unseren Taschen über kleine Details. Wichtig ist mir der Manufakturgedanke für unseren Kunden. Deshalb finde ich unser Partnerunternehmen Emmerich so toll. Da steht eine Familie dahinter. Und Holger Emmerich bringt seine Erfahrung als Optiker mit ein, der ich vertraue. Ich arbeite einfach gerne mit Familienunternehmen zusammen.

Mimi Mollerus, danke für das Gespräch.
Das Interview führte Angela Mrositzki



Mimi und ihr Vater Ernst Mollerus. 1984 gründete er das Unternehmen und die Marke „Monika Mollerus“ - eine Liebeserklärung an seine Ehefrau. Seit der Namensänderung führen Vater und Tochter gemeinsam die „Maison Mollerus AG“ zu neuen Horizonten. Zum Markenkern gehören hochwertige Materialien, exklusives Design und Liebe zum Detail.