

Ein Leben für den Jet-Set

Der Unternehmer und neue Jet-Set-Mitbesitzer Peter Kappler spricht im Interview mit Bolero über die Kultmarke aus St. Moritz, seine berufliche Vision und sein neues Leben in den Engadiner Bergen.

INTERVIEW: SITHARA ATASOY FOTOS: TOM HALLER

Das Thermometer zeigt minus acht Grad, keine Wolke trübt den Himmel, die Sonne übt fleissig für den Sommer. Traumwetter in St. Moritz. Hier hat sich vor zwei Jahren der deutsche Marketing- und Verkaufsprofi Peter Kappler niedergelassen. Mitte vierzig, steht er am Anfang seines neuen Lebens als selbstständiger Geschäftsmann. Zuletzt war er CEO bei Strenesse in Nördlingen, eine historische Stadt in Bayern. «Irgendwann», so Kappler, «habe ich beschlossen, dass ich meine eigene Firma haben möchte.» Jetzt hat er diesen Traum in die Realität umgesetzt, in einer wirtschaftlich zwar schwierigen Zeit, aber voller Enthusiasmus. Gemeinsam mit seinem Partner Michael Dornemann, der 17 Jahre bei Bertelsmann im Vorstand sass, besitzt Kappler die Mehrheit am Unternehmen Jet Set. Er ist überzeugt, in eine der besten Schweizer Marken investiert zu haben. Eine Marke, die er international entwickeln kann. Mindestens einmal pro Woche setzt Kappler sich in seinen Audi, überquert den Julierpass Richtung Zürich und steigt dort in den Flieger, der ihn ins Ausland trägt – um neue Kontakte zu knüpfen und Produktionsstätten zu besuchen. «Allein der Name unseres Unternehmens beinhaltet schon den Traum vom Jet-Set-Leben, weckt Assoziationen zu Brigitte Bardot und St. Tropez. Und man kann ihn in Asien genau so gut aussprechen wie in Europa.» Noch heute steht Jet Set für sportliche, funktio-

nale Kleidung, die gleichzeitig auch glamourös und sexy ist. Seit kurzem ist auch eine Sommer- und Beach-Kollektion erhältlich. Zwar sind es nicht mehr die Agnellis und Onassis, die für Jet Set stehen, dafür bekennen sich blonde Schauspielerinnen wie Cameron Diaz, Ellen MacPherson oder Kate Hudson zum Kultlabel. Und der Agnelli-Clan, denn Lapo Elkan, Enkel des italienischen Grossindustriellen Gianni Agnelli, gehört zum Bekanntenkreis der Familie Kappler.

Rückblende: 1969 eröffnet der Bündner Kurt Ulmer in St. Moritz seinen ersten Laden. Nach ein bis zwei Jahren beginnt er, ein paar Teile selbst zu produzieren. «Sachen, die ich nirgends finden konnte», erzählt Ulmer 1997 in einem Interview. So richtig beginnt das Geschäft zu blühen, als er Skianzüge produziert, die er unter der Marke Jet Set vertreibt. Im Gegensatz zu der mehrheitlich einfarbigen und rein funktional ausgerichteten Skimode Anfang der siebziger Jahre, lässt Ulmer Modetrends in seine Skiwear-Kollektionen einfließen, verbindet Glamour mit Funktionalem, wartet mit innovativen Materialien auf und lanciert den Overall für die Piste, inspiriert vom Flieger-Overall. In den achtziger Jahren entwickelt sich Jet Set zum Kultlabel der «happy few», die ihren Urlaub in St. Tropez oder St. Moritz verbringen. Allen voran trugen Grace Kelly und Gunther Sachs als bekennende Fans

von Jet Set zum Ruhm der Marke bei. Mitte der neunziger Jahre wurde es dann ruhig um die Sportswear-Marke, 2006 verkaufte Ulmer sein Unternehmen an Peter Kappler, Michael Dornemann und eine britische Private Equity.

Peter Kappler empfängt in seinem hellen Büro in St. Moritz. An der Wand hinter seinem Arbeitstisch hängt eine Fotosequenz aus drei Bildern. Eine Küstenlandschaft im Spätherbst, vielleicht auf Sylt fotografiert. Menschen laufen zum Meer. Die Bilder strahlen Ruhe und Gelassenheit aus. Ein Abschiedsgeschenk seiner früheren Arbeitskollegen. Und eine Erinnerung daran, dass die schöne Welt nicht nur in den Bergen zu finden ist, sondern auch am Strand.

Auf dem Boden steht ein gerahmtes Foto von Marilyn Monroe. «Eine Aufnahme aus «The last sitting» von Bert Stern für die Zeitschrift «Vogue», sagt Kappler. Er bewundert Marilyn Monroe. «Sie symbolisiert für mich das Weibliche, die Sexyness einer Frau, ihre Sensibilität und Wandelbarkeit.» Kappler liebt Fotokunst und den dezenten Glamour vergangener Zeiten. Er wirkt zurückhaltend, Interviews gibt er nicht besonders gerne, ein Pressebild existiert nicht. Als er aber anfängt, von Jet Set zu erzählen, zeichnet sich das Bild eines Mannes ab, der mit grosser Leidenschaft dabei ist, seine Vision vom selbstständigen Unternehmer in die Tat umzusetzen.

Bolero: Peter Kappler, wie sah Ihr Vormittag aus?

Peter Kappler: Ich habe meine Kinder zum Zug gefahren, damit sie in die Schule kommen. Dann habe ich es immerhin schon geschafft, die Post zu erledigen, meine Mitarbeiter zu begrüßen und Telefonate zu führen.

Kein Jogging um den St. Moritzer See in der Früh?

Bei mir gibt es keine Mittagspause, dafür gehe ich, sofern dies möglich ist, über Mittag eine Stunde Ski fahren – diese Saison war es aber selten machbar.

Was hätten Sie als 30-Jähriger geantwortet, wenn Ihnen damals jemand gesagt hätte, Sie würden einmal in St. Moritz tätig sein? Ich hätte es sicherlich nicht geglaubt, weil ich damals meine Zukunft klar in einem Konzern gesehen habe. Für mich war St. Moritz ein Glamour-Urlaubsort. Ich hätte mir überhaupt nicht vorstellen können, dass man in St. Moritz auch arbeiten kann. Aber ich kann bestätigen, dass das geht.

Im Dezember 2006 sind Sie nach St. Moritz gekommen. Was haben Sie als Erstes gemacht?

Die ersten Tage waren ausgefüllt mit intensiven Diskussionen mit meinen neuen Kollegen und Mitarbeitern. Um dann mit ihnen gemeinsam den zukünftigen Weg von Jet Set zu erarbeiten. >



Überzeugt, in eine der besten Marken investiert zu haben: Peter Kappler, CEO Jet Set.

Wie sieht der aus? Wir wollen die attraktivste und nicht zwingend die grösste Marke im luxuriösen Sportswear-Bereich werden und wollen die Marke Jet Set mit Urlaubsstimmung in St. Tropez, den Hamptons, St. Moritz und Aspen verbinden. Jet Set soll klar und unverwechselbar positioniert werden.

Sie waren zuvor sechs Jahre lang CEO bei Strenesse. Von Strenesse zu Jet Set, worin liegt der grösste Unterschied? Das sind völlig andere Welten. Die Firmen und die Produkte unterscheiden sich so sehr, dass ich nicht näher darauf eingehen möchte.

Wie definieren Sie Erfolg? Wenn Sie mich vor zehn Jahren gefragt hätten, wie ich Erfolg definiere, dann wären dies sicherlich ausschliesslich materielle und finanzielle Aspekte gewesen. Heute sehe ich das anders. Ein Leben ist für mich dann erfolgreich, wenn ich Spass daran habe, wenn ich Freude am Job und auch Freude mit meiner Familie, meiner Frau und meinen Kindern haben kann. Das ist für mich die Lebensqualität, nach der ich mich heute sehne und die ich hier vorgefunden habe. Dass daraus letztlich auch ein wirtschaftlicher Erfolg wird, daran glaube ich. Aber ich möchte diesen wirtschaftlichen Erfolg auf meine Weise erreichen. Mit den Kriterien, die ich eben genannt habe. Ich möchte auch, dass meine Mitarbeiter gerne zur Arbeit kommen. Daraus ziehe ich persönlich Befriedigung. Das ist für mich Erfolg.

Sind Sie selbst ein Jet-Set-Typ? Ich mache nichts in unserem Unternehmen, hinter dem ich nicht persönlich stehe. Ich bin schon allein deshalb ein Jet-Set-Typ, weil ich viel unterwegs bin. Und der Jet-Set-Mann, so wie ihn unsere Marke sieht, ist ein echter Mann, sehr maskulin, auf der Suche nach Individualität. So gesehen fühle ich mich als Jet-Set-Mann.

Beschreiben Sie Ihren Kleidungsstil. Er ist geprägt von bestimmten Farben: Blau – meine absolute Lieblingsfarbe –, Schwarz und Oliv sind die Hauptfarben meines Kleidungsstils. Er ist auch geprägt durch einen bestimmten Anspruch an Passform und Qualität. Ich habe in meinem Kleiderschrank lieber wenige Teile, dafür aber spezielle und qualitativ hochwertige. Alles soll gut miteinander kombinierbar sein. Ich bin auch sehr viel unterwegs und darauf angewiesen, dass alles zueinander passt. Alles, was androgyn und leicht feminin wirkt, würde ich nie anziehen.



«Jet Set steht für Farbe. Da wollen wir bezüglich Umweltschutz eine gewisse Vorreiterrolle übernehmen»: Modelle aus der Sommer-Kollektion.

Weshalb leben Sie privat in Pontresina und nicht in St. Moritz? Ich war ein halbes Jahr alleine hier. Bevor die Familie kam, habe ich in St. Moritz gelebt und habe die Erfahrung gemacht, dass es mir gut tut, wenn ich abends rauskomme und in eine beschaulichere Welt abtauchen kann. In der Hauptsaison, in der wir uns gerade um Weihnachten und Neujahr befinden, herrscht von morgens bis abends so viel Betrieb. Es wird so viel Schnelligkeit und Kommunikation gefordert, dass ich danach einfach in Ruhe mit meiner Familie den Abend verbringen möchte. Und das kann ich besser in Pontresina. Wobei wir auch da viele Gäste haben, so dass die Abende dann doch nicht so beschaulich sind.

Pontresina ist sehr schön. Es gibt tolle kleine Hotels mit hoher Qualität wie etwa das Hotel Müller – ein Traum. So würde mein Hotel aussehen. Schlicht, viel Holz, viel Weiss. Modern, kombiniert mit Tradition. Ein «ehrliches» Essen auf sehr hohem Niveau, ohne diese künstlichen Anleihen an was auch immer.

Was würden Sie an St. Moritz verändern, wenn Sie könnten? Das ist fast schon eine politische Frage. Ich glaube, dass St. Moritz einen grossen Nachholbedarf hat, was den Sommer anbelangt und gleichzeitig die besten Voraussetzungen für ein attraktives Sommerangebot bietet. Wo sonst haben Sie auf so kurzer Distanz drei Golfplätze, wunderschöne Berge, Seen, mehrere Fünf-Sterne-Hotels? Alles Pluspunkte für St. Moritz. Ich bin überzeugt, dass es ein Bedürfnis für Sommerferien in St. Moritz gibt. Diesbezüglich hat sich ein Ort wie Aspen (Colorado) fantastisch aufgestellt. Aspen ist im Sommer genauso attraktiv wie im Winter. St. Moritz kann diesbezüglich noch wesentlich mehr bewegen.

Engagieren Sie sich persönlich für St. Moritz? Ja, aus dem einfachen Grund, weil ich mich nun einmal zum Standort St. Moritz bekannt habe. Ich finde, Jet Set und St. Moritz gehören unweigerlich zusammen. Schon allein aus der Historie. Und zum dritten finde ich, wer kritisiert, der muss auch bereit sein, selbst Verantwortung zu übernehmen.

Empfinden Sie bereits so etwas wie Heimat, wenn Sie auf die Berge blicken? Meine Empfindungen haben sich verändert. Im ersten Jahr habe ich mich immer gefühlt, als wäre ich im Urlaub. Mittlerweile, wenn ich vom Flughafen kommend den Julier hochfahre, fühle ich mich schon eher zuhause. >

Kennen Sie die Engadiner Bergwelt? Ich kenne die Berge, bin aber zu selten dort. Im Sommer etwas mehr als im Winter. Wie gesagt habe ich mir fest vorgenommen, während der so genannten Mittagspause eine Stunde Ski fahren zu gehen. Gelingt mir aber nur noch selten. In der Hauptsaison arbeiten wir auch samstags und sonntags, da kann ich nicht Skifahren gehen und meine Leute arbeiten lassen.

Was vermissen Sie, wenn Sie an Deutschland denken? Was ich sicherlich am meisten vermisse, sind meine Eltern und Freunde und was ich generell etwas vermisse, ist die Nähe zu einem Flughafen. Es ist ein bisschen beschwerlich, von hier nach Zürich oder Mailand zum Flughafen zu gelangen. Ansonsten vermisse ich wenig.

Jetzt sind Sie genau zwei Jahre bei Jet Set. Zufrieden mit dem Erreichten? Zufrieden ist man selber fast nie. Wir sind auf gutem Weg, haben unsere Hausaufgaben erledigt, wie etwa die nötigen Strukturen zu schaffen, die das Wachstum des Unternehmens erlauben. Dazu gehören viele relativ langweilige Dinge wie der Aufbau einer EDV-, Logistik- und Vertriebsstruktur. Da sind wir schon relativ weit gekommen. Natürlich klappt nicht immer alles so, wie es geplant war. Ich hätte mir gewünscht, dass wir gewisse Dinge schneller hätten umsetzen können, aber meine Mitarbeiter erinnern mich immer wieder daran, das Tempo etwas zu drosseln. Damit alle auch noch durchatmen können. Auch wegen der momentanen wirtschaftlichen Krise mussten wir das Tempo etwas verlangsamen und teilweise unseren Kurs korrigieren. Ich bin zudem überzeugt, dass sich die Märkte in den nächsten zwölf Monaten extrem verändern werden.

Inwiefern? Ich glaube, dass sich die Einzelhandelsstruktur verändern wird und ich glaube, dass sich gewisse grosse Einzelhändler klarer zu einer bestimmten Positionierung bekennen müssen. Ich glaube, dass es heute nicht mehr funktioniert, alle möglichen Richtungen unter einem Dach zu haben. Dieser Bereinigungsprozess findet im Moment statt. Wir hätten gerne schneller eigene Läden eröffnet, haben aber nun unsere Pläne etwas zurückgestellt, um zu beobachten wie sich der Konsum tatsächlich entwickeln wird. Wir sehen die Einkäufer extrem vorsichtig agieren, alle möglichen Risiken werden momentan vermieden.

Jet Set feiert bald sein 40-Jahre-Jubiläum – irgendwelche speziellen Pläne? Im Moment sind



«Ich glaube, dass St. Moritz einen Nachholbedarf hat, was den Sommer betrifft»: Modelle aus der aktuellen Jet-Set-Kollektion.



«Mein Leben ist erfolgreich, wenn ich Spass daran habe.»

wir gerade dabei, ein Konzept zu entwickeln. Es wird sicherlich zum Jubiläum Produkte geben, die 40 Jahre Jet Set repräsentieren. Und diese wird es in limitierten Editionen geben.

Stichwort Umwelt. Was tut Jet Set für eine saubere Umwelt? Wir achten sehr genau darauf, in welchen Betrieben wir produzieren lassen. Und wir beschäftigen uns im Moment stark mit dem Thema Farben, auch mit dem Einsatz von organischen Farben. Das wird in den nächsten Kollektionen ein wichtiger Aspekt sein. Jet Set steht eben für Farbe, da wollen wir eine gewisse Vorreiterrolle übernehmen. Wenn die neue Jet-Set-Generation hier oben ist und wir abends bei uns zusammensitzen und diskutieren, dann sind das Themen, die beschäftigen.

Wo produziert Jet Set? Einen grossen Teil in Italien. Cashmere-Strick wird ausschliesslich in Italien produziert. Einen Teil der Produktion haben wir in Asien, aus dem einfachen Grund, weil ein gewisses Know-how in Italien nicht mehr vorhanden ist, insbesondere, wenn es um die Verarbeitung von technischen Materialien geht. Das Erstaunliche ist, dass ein Grossteil der asiatischen Betriebe, die diese Verarbeitungsmethoden beherrschen, von Italienern geführt werden. Was auch nachdenklich stimmt, wandert doch das italienische Know-how ab nach Asien. Wir arbeiten in Asien mit Familienbetrieben zusammen, die wir persönlich kennen. Ich will einen persönlichen Kontakt zu den Menschen haben, die Jet Set produzieren.

Was haben wir Sie nicht gefragt? Ich habe bis anhin ganz generell keine Interviews gegeben, weil wir erst etwas tun wollten. Am allerliebsten würde ich gar nichts sagen und nur einfach einen tollen Job machen. Und vielleicht gehen wir einmal miteinander Ski fahren.

Ihr Traum? Hier mit meiner Mannschaft unsere Vision erfolgreich umzusetzen. <

Peter Kapplers Lieblingsrestaurants:

Restaurant Chasellas (Hotel Suvretta House), St. Moritz. «Klein, sehr persönlich, mit ehrlicher Küche. Ohne Zwang, immer etwas Spezielles auf den Teller bringen zu müssen.» Tel. 081 833 38 54
Restaurant Acla, Hotel Schweizerhof, St. Moritz. «Das beste Wienerschnitzel.» Tel. 081 837 07 07
Restaurant Stüva, Hotel Müller, Pontresina. «Ein persönlich geführtes Restaurant, mit hervorragender Küche.» Tel. 081 839 30 00
Hatecke, St. Moritz. «Engadiner Spezialitäten auf allerhöchstem Niveau.» Tel. 081 833 12 77