

Unternehmergeist und Lebensfreude

Créateur de convivialité

Was für eine große Freude, Bernhard Eisheuer interviewen zu dürfen, denn das Rampenlicht ist nicht die Welt des freundlichen und bedachten Geschäftsführers von Pernod Ricard Austria. Dies überlässt er lieber seinen Mitarbeitern und den zahlreichen bekannten Marken, die er vertritt. Porträt eines deutschen Kindes des Spirituosen- und Wein- Weltkonzerns.

Interviewer Bernhard Eisheuer relève du privilège. Si le directeur de Pernod Ricard Austria, un Allemand jovial mais discret, n'est pas un ami des feux de la rampe, c'est pour mieux diriger les projecteurs vers ses collaborateurs et les nombreuses marques de renom qu'il distribue. Portrait d'un enfant d'un géant mondial dans le domaine des vins et spiritueux.

CCFA: Seit Oktober 2010 sind Sie der beliebte „Deutsche Geschäftsführer der Österreichischen Tochtergesellschaft des französischen Konzerns Pernod Ricard“. Sie haben einen Franzosen abgelöst. Wie wurden Sie von den österreichischen Mitarbeitern empfangen?

Bernhard Eisheuer: Ich wurde am Anfang zwar als Deutscher etwas skeptisch begrüßt, aber sehr schnell haben die Mitarbeiter bemerkt, wie ich sie in ihrer Einzigartigkeit respektiere und fördere. Ich wurde rasch warm aufgenommen. Toleranz gegenüber den unterschiedlichsten Menschen zählt zu den Konzernwerten von Pernod Ricard.

Ich führe die Firma hier in Wien als Geschäftsführer dezentral und bin von einem Managementstil mit Mitbestimmung sehr begeistert. In Österreich wird dies auch sehr geschätzt.

Mein Wille, die Mitarbeiter zu motivieren, kommt vielleicht aus meiner Zeit des Militärdienstes in Deutschland, in der ich zwei Jahre als Reserve Offizier diente. In diesen Jahren lernte ich viele verschiedene Menschen und Persönlichkeiten aus unterschiedlichen sozialen Umfeldern kennen, sie zu führen und zu motivieren.

CCFA: Sie lieben Lebensfreude, Gastfreundschaft und sind bodenständig. Stammen diese Qualitäten aus Ihrer Kindheit?

BE: Bestimmt. Obwohl mein Vater in der Industrie gearbeitet hat, wuchs ich mitten an der schönen und traditionellen Deutschen Weinstraße in der Pfalz auf, unweit dem Elsass. Meine Freunde waren Kinder von

Winzern und ich konnte so in alle Arbeiten des Berufs schnuppern. Daraus entwickelte sich die Liebe zum Boden, zur Natur, zur Qualität und zur Lebensfreude. Meine Kindheitserfahrungen haben mich geprägt. Ich weiß die Qualität von Produkten zu schätzen und zu genießen, vor allem bewusst zu genießen.

CCFA: Sie sagten: „bewusst genießen“ ist ein sehr bedeutendes Thema, gerade wenn man eine hohe Position in einem Spirituosen- und Weinkonzern hat. Welche konkreten Maßnahmen ergreifen Sie, um den Konsumenten diesen Wert mitzuteilen?

BE: Dieses Thema ist mir und allen Mitarbeitern von Pernod Ricard extrem wichtig! Alkohol

bewusst zu genießen hat mit viel Kollektiv- und Eigenverantwortung zu tun. Wir sind in Österreich aktiv in zwei bedeutenden Bereichen. Der erste ist Alkohol und Schwangerschaft. Gemeinsam mit Ärzten haben wir eine Aufklärungskampagne in den österreichischen

Medien auf die Beine gestellt. Dabei geht es um das absolute Verbot von Alkohol während der gesamten Schwangerschaft. Der zweite Bereich ist mir auch persönlich sehr wichtig als Vater von zwei heranwachsenden Teenagern: Alkohol und Jugend. Da arbeiten wir gemeinsam mit Hotelhochschulen und Bartendern. Unsere Mitarbeiter sind Teil dieser Kampagne und verkörpern mit den sogenannten „Responsible Days“ das „verantwortungsvolle Genießen“. Wir gehen bei unserem Verhaltenscodex weit über den gesetzlichen Rahmen hinaus und das entspricht auch

„Für Pernod Ricard ist Entrepreneurship ein wichtiger Teil der Unternehmenskultur: Entscheidungen zu treffen bedeutet auch mal Fehler zu machen. Wer keine Fehler macht, macht auch nichts richtig“



Bernhard Eisheuer

Bernhard Eisheuer, privat:

Geboren am 18. März 1964, in Frankenthal (Rheinland-Pfalz) (D)

2 Söhne, 1 Tochter

Studium: BWL an der Universität Mannheim – (Diplomkaufmann)

Hobbys: Familie, Gastronomie, Weltentdeckung

Lebensphilosophie: „Kreativität und Geschick entstehen aus der Freiheit und der Einzigartigkeit des Einzelnen“

Bernhard Eisheuer « côté privé » :

Né le 18 mars 1964 à Frankenthal (Allemagne)

Deux fils, une fille

Formation : sciences économiques à l'Université de Mannheim

Loisirs : Famille, gastronomie, découverte

Philosophie de vie : « le savoir-faire et la créativité naissent de la liberté et de l'unicité de l'homme »





Zahlen der Gruppe Pernod Ricard:

- Netto-Umsatz Geschäftsjahr 12/13: 8,6 Mrd Euro
- No. 1 weltweit bei Premium- und Prestige-Spirituosen
- Mitarbeiter weltweit: 19.000
- Vertriebsgesellschaften weltweit: 80

Daten für Pernod Ricard Austria:

- Umsatz Geschäftsjahr 12/13: 37 Mio Euro
- Mitarbeiter 30
- No.2 in Österreich bei Premium-Spirituosen

Portfolio:

Absolut, Havana Club, Jameson, Chivas Regal, Ricard, Malibu, Ballantine's, Martell, Champagne Perrier Jouët und Mumm, Lillet etc.

unserer Auffassung von unternehmerischer Verantwortung.

CCFA: Sie sind ein Kind von Pernod Ricard. Ihre gesamte bisherige Karriere hat dem Weltkonzern gedient. Hatten Sie niemals Lust woanders hinzugehen?

BE: Die letzten zwei Jahre während des BWL Studiums an der Universität Mannheim habe ich bei einer Werbeagentur gearbeitet und ich hatte auch hervorragende Professoren für Marketing und Kommunikation, die mich fasziniert haben. Seitdem wirke ich auch selbst als Vortragender im Rahmen des Alumni Kreises, um den Studenten etwas von meiner Geschichte weiterzugeben und sie zu motivieren. Einen Mentor und eine Vision zu haben ist sehr wichtig. Nach meinem Abschluss wollte ich ins Marketing gehen. Ich bewarb mich bei der deutschen Tochtergesellschaft von Pernod Ricard als Junior Brandmanager (damals hieß die Firma: Importgesellschaft Großer Markengetränke). Das war 1991 mein erster Schritt in der Familie Pernod Ricard. Ich betreute Jameson, Pernod und Caneil in einer damals noch kleinen Struktur. Mein Chef war Franzose und ich konnte mich gleich mit der Firma identifizieren. Auch wenn unser Konzern an der Börse notiert ist, so ist die Familie Ricard nicht nur sehr präsent, sondern hat auch noch große Anteile am Unternehmen. Dies ist Garant für eine nachhaltige Strategie und Unternehmenskultur. Sicherlich denkt man im Laufe von über 20 Jahren immer mal wieder an Veränderung. Aber ich fühle mich der Unternehmenskultur und den Markenwelten von Pernod Ricard sehr verbunden und die positive Entwicklung des Konzerns hat auch mir immer wieder neue Perspektiven und Herausforderungen eröffnet.

CCFA: Woher kommen Ihre guten französischen Sprachkenntnisse?

BE: Oh, sind sie wirklich so gut? (lacht). Meine Antwort wird nicht sehr originell sein: natürlich ursprünglich selber gelernt aus Spaß und Interesse schon als Teenager für das Nachbarland Frankreich, insbesondere Paris und seine Kultur... Wenn man jung ist, lernt sich eine Sprache sehr schnell durch den Kontakt zu lieben Freunden. Meine Begeisterung für Paris stammt aus dieser Zeit. Ich muss auch dazu sagen: ich wurde als Deutscher niemals schlecht empfangen. Ich durfte sogar für einen Freund während des Studiums auch Touristenfahrten nach Paris begleiten. Und hier schließt sich der Kreis: aus der damaligen Zeit entspringt die Affinität zu den Produkten Pernod und Ricard! Nach den erfolgreichen Akquisitionen der Unternehmen Seagram (2001) und Allied Domecq (2005) ist Pernod Ricard ein globales Unternehmen geworden, in dem Englisch ebenso wie Französisch gesprochen wird. 

Résumé :

Bernhard Eisheuer incarne parfaitement les valeurs de son entreprise. Avant tout celles de la tolérance et de l'ouverture aux autres. Ses collaborateurs autrichiens ont rapidement adopté leur nouveau patron allemand pour ses qualités humaines et son style de management participatif. Depuis octobre 2010, il dirige ainsi avec succès la filiale autrichienne du géant français Pernod Ricard. La philosophie de l'entreprise transparait également dans sa joie de vivre, son goût de la convivialité et de l'authenticité. Bernhard Eisheuer a gardé d'excellents souvenirs de son enfance avec en toile de fond, les vignobles allemands, et pour camarades de jeux, les enfants des viti-

culteurs locaux. C'est là qu'il avoue avoir appris à apprécier la qualité des produits et l'amour des choses bien faites. Consommateur plus gourmet que gourmand, il sait apprécier, certes, mais toujours avec la modération nécessaire. Bernhard Eisheuer en fait un engagement à la fois personnel et professionnel, tant pour lui que pour ses collaborateurs. En Autriche, Pernod Ricard est actif sur deux fronts : la tolérance 0 pendant la grossesse, d'une part, et l'information des dangers de l'alcool auprès des jeunes à travers des campagnes innovantes, d'autre part. C'est ce type d'initiatives qui fait la force de l'entreprise et explique l'attachement de Bernhard Eisheuer pour un groupe qu'il n'a pas quitté depuis 1991 ! A la fin de ses études, il s'est orienté sans hésitation vers le marketing, encouragé par certains professeurs qui l'ont particulièrement marqué. Entre-temps, il intervient lui-même auprès des étudiants afin de partager son expérience. Lorsqu'il a commencé au sein de la filiale allemande de Pernod Ricard en tant que Junior Brand Manager, la structure était encore toute petite. L'entrée en Bourse du groupe n'a pas empêché la famille Ricard de garder de grandes parts, ce qui garantit une stratégie durable et une culture d'entreprise pérenne. Vingt ans après, l'identification aux valeurs de l'entreprise est intacte. Pour cet amoureux (et usager !) de la langue de Molière, l'origine de l'entreprise n'est pas sans importance. Il se sent toujours aussi lié aux marques. Les évolutions du groupe, devenu mondial avec les acquisitions des entreprises Segaram en 2001 et Allied Domecq en 2005, lui ont toujours apporté de nouvelles perspectives de carrière et de nouveaux défis. 