

«Das Rad infrage stellen, nicht neu erfinden»

Serienunternehmer **Konrad Bergström**

Zwischen Höhen und Tiefen, grossen Visionen und kleinen Details – Konrad Bergström über den Weg zum Erfolg und seine besten Ratschläge für die nächste Generation.

Konrad Bergström, was hat Sie inspiriert, Unternehmer zu werden?

Ich bin in einer Familie aufgewachsen, in der alles möglich war. Meine Mutter war kreativ und arbeitete am Theater, mein Vater unterrichtete Mathematik und führte nebenbei immer wieder Unternehmen. Wir waren nicht wohlhabend, und mein Vater hat alles getan, um uns ein gutes Leben zu ermöglichen. Schon als Kind ging ich fischen und verkaufte meinen Fang auf dem Campingplatz. Schule? Das war nicht mein Ding – ich habe mein Leben lang Geschäfte gemacht.

Alles, was Sie anfassen, scheint sich in Gold zu verwandeln. Was ist Ihr Erfolgsgeheimnis?

Mein Geheimnis? Harte Arbeit und der Wille, immer besser zu werden. Je mehr ich trainiere, desto mehr Glück habe ich. Erfolg entsteht durch kontinuierliches Lernen und Üben.

Gibt es einen Leitgedanken, der Ihre Arbeit prägt?

Oft genügt es, Bestehendes kritisch zu hinterfragen und gezielt zu verbessern, um Grosses zu erreichen: Ich hinterfrage das Rad, erfinde es aber nicht neu. Dieser Ansatz hat mich in vielen Projekten begleitet und es mir ermöglicht, bedeutungsvolle Produkte zu entwickeln.

Mit Marshall und Urbanears haben Sie weltweit erfolgreiche Marken aufgebaut. Was ist Ihnen bei der Entwicklung Ihrer Marken besonders wichtig?

Wenn ich eine Marke entwickle, denke ich immer an die fünf Sinne: Wie sieht das Produkt aus, wie klingt es, wie schmeckt es, wie riecht es, wie fühlt es sich an? Unsere Sinne sind der Schlüssel zu unseren Gefühlen und machen eine Marke lebendig.

Als Mitgründer von Zound Industries, heute Marshall Group, habe ich die ikonischen Marshall-Lautsprecher und -Kopfhörer entworfen. Auch bei Urbanears haben wir Technologie und Mode zusammengebracht. Beim Design bin ich sehr anspruchsvoll – alles muss wie in einem Milliarden-Unternehmen aussehen.

Heute verhelfen Sie mit X Shore Elektrobooten zum Durchbruch. Was hat Sie dazu bewegt, sich der Elektromobilität auf dem Wasser zu widmen?

Die Idee kam mir schon in den 1990er-Jahren. Damals war ich viel Wakeboarden und Tauchen und habe die Auswirkungen der lauten und verschmutzenden Boote hautnah erlebt.

Der schwedische Serienunternehmer **Konrad Bergström** gilt in seiner Heimat als Superstar. Mit Marshall und Urbanears machte er Kopfhörer zum stylischen Accessoire. Heute bringt er mit X Shore Elektromobilität aufs Wasser. Als leidenschaftlicher Surfer und Snowboarder findet er in der Natur Inspiration und Energie für seine Ideen. Wir haben ihn kurz vor einer Auszeit auf Bali zum Gespräch getroffen.



Mir war klar, dass sich etwas ändern muss – für die Natur und auch für das Erlebnis auf dem Wasser. X Shore ist mein Beitrag zu diesem Wandel. Elektroboote sind nicht nur energieeffizienter, sondern sie ermöglichen es auch, die Natur ohne Lärm und Abgase zu genießen. Elektromobilität auf dem Wasser ist ein wichtiger Schritt in Richtung Nachhaltigkeit, und ich bin überzeugt, dass sie die Zukunft der Schifffahrt prägen wird.

Ihre Heimat Schweden gilt als eines der innovativsten Länder Europas. Was unterscheidet die schwedische Start-up-Kultur von anderen?

Schweden ist ein besonderer Ort für Start-ups. Die Arbeitsmoral ist hoch, und wir haben eine starke Industrie- und Ingenieurtradition.

Gleichzeitig sind wir ein kleines Land und müssen international denken. Interessant ist auch, dass wir nicht nur über Banken investieren – es gibt eine Kultur der Angel Investors. Viele erfolgreiche Unternehmerinnen und Unternehmer investieren direkt in andere Unternehmerinnen und Unternehmer. Dieses Vertrauen in Menschen und ihre Ideen ermutigt uns, innovativ zu bleiben und neue Wege zu gehen.

Was sind die grössten Herausforderungen des Unternehmertums?

Viele Menschen denken, dass Unternehmertum Freiheit bedeutet. Aber es ist auch harte Arbeit. Jeder Tag bringt neue Herausforderungen, die den Alltag viel intensiver machen als den eines Angestellten. Aber ich sehe Herausforderungen als Chancen, sie treiben mich an.

Gibt es ein Erlebnis, das Sie in Ihrer Karriere besonders geprägt hat?

Eine der schwierigsten Phasen war, als ich mit einer meiner Firmen Bankrott ging, in meinem Auto schlief und über eine halbe Million Euro Schulden hatte. Damals wusste ich nicht, wie es weitergehen sollte. Ein Freund sagte mir: «Konrad, du hast Wissen, das dir niemand nehmen kann.» Dieser Satz gab mir neue Kraft. Ich schrieb den Businessplan für Zound Industries und setzte ihn in nur wenigen Monaten um. Dabei habe ich gelernt, wie wichtig es ist, sich nie entmutigen zu lassen.

Was motiviert Sie, immer wieder Neues zu wagen?

Es ist unsere gesellschaftliche Verantwortung, unser Talent zu nutzen, um eine bessere Gemeinschaft aufzubauen – das hat Patti Smith einmal gesagt. Und ich stimme ihr zu. Mir geht es nicht nur um finanziellen Erfolg. Meine Motivation ist es, die Welt positiv zu verändern.

Welche Tipps haben Sie für die nächste Generation von Unternehmerinnen und Unternehmern?

Mein wichtigster Rat: Die eigene Mitte finden. In Schweden heisst das «lagom» – nicht zu wenig, nicht zu viel, sondern genau richtig. Das gilt auch fürs Zuhören: Junge Unternehmerinnen und Unternehmer werden von allen Seiten mit Ratschlägen überhäuft und müssen abwägen, was wirklich zu ihrer Vision passt. Letztlich kennen nur sie ihr Geschäft und dürfen lernen, sich auf das Wesentliche zu konzentrieren.



Eine Marke muss die Menschen berühren – nur so bleibt sie in Erinnerung.

FACTS & FIGURES X SHORE ELEKTROBOOTE

7x NY

In 50 Betriebsstunden stösst ein Benzinboot so viel CO₂ aus wie sieben Hin- und Rückflüge zwischen New York und Mitteleuropa.

€ 1360

So viel spart die X Shore 1 pro Jahr im Vergleich zu Benzinbooten.

1,5 Std.

So kurz ist die Zeit für ein Aufladen von 20 auf 80 Prozent.

