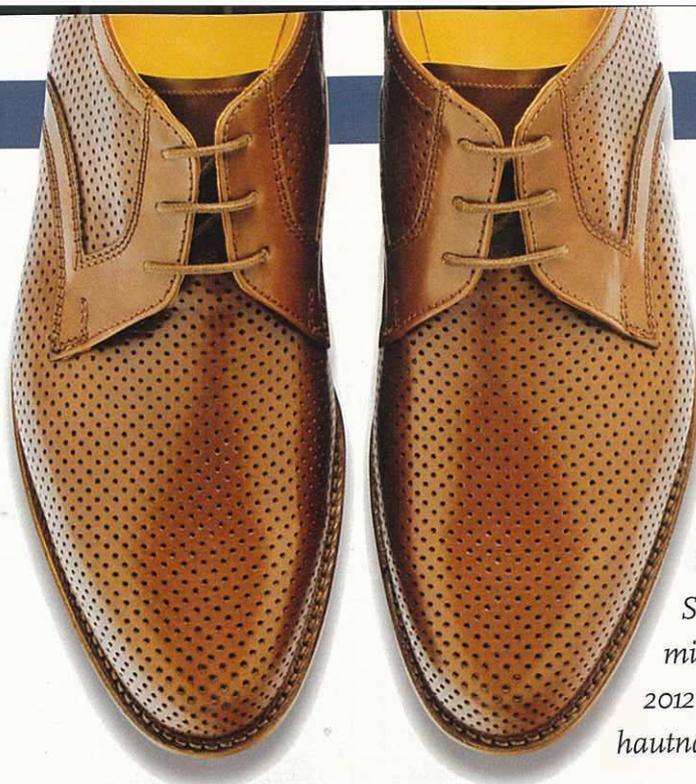


Schloss und Reiter



Ein Klassiker aus dem Traditionsunternehmen: der rahmengenähte Badner Locherschuh.

Die Wiener Schuhmanufaktur Ludwig Reiter hat sich in Süßenbrunn einen Standort mit Stil zugelegt und will ab 2012 den Kunden die Produktion hautnah erleben lassen.



In das herrschaftliche Anwesen wurden rund 7 Mill. Euro investiert.



Vierte Generation: die drei Brüder Utz, Till und Lukas Reiter (v. li.).

Wo unterhält man sich mit einem Wiener am besten? Natürlich in einem Kaffeehaus. Dabei könnte man Till Reiter auch in einem ganz anderen angemessenen Ambiente treffen. Seit April residiert das für seine edlen Schuhe und Lederwaren bekannte Traditionsunternehmen Ludwig Reiter im nördlich von Wien gelegenen Schloss Süßenbrunn. Über 7 Mill. Euro hat die vierte Reiter-Generation investiert. Allerdings ist das Projekt noch nicht abgeschlossen. 3 Mill. bis 5 Mill. Euro müssen wohl noch für das Hauptgebäude, Fassaden und Gartengestaltung ausgegeben werden. Dann sollen Produktion, Verwaltung, Vertrieb, Showroom und Laden unter einem Dach sein.

„Es ist nicht egal, wo und unter welchen Umständen hochwertige Produkte gefertigt werden. Produktqualität hat auch etwas mit dem Wohlfühlen der Mitarbeiter zu tun“, begründet Till Reiter (50) die Entscheidung für den Standort mit Stil im 22. Bezirk. Er ist für Produkt, Vertrieb und Marketing zuständig, Bruder Utz (51) kümmert sich um Finanzen, IT und Logistik. Lukas (48) ist als Architekt inzwischen ausschließlich mit dem Schloss und dem Ladenbau beschäftigt.

Denn in Süßenbrunn kann man ab dem kommenden Jahr die 200 bis 300 Arbeitsschritte für ein Paar rahmengenähte Schuhe nach klassischer Goodyear-Methode hautnah

miterleben. Dann wird es Führungen durch Schlossanlage und Manufaktur geben. Perfekter kann Marketing für ein hochwertiges Produkt mit so großer Nähe zum Kunden eigentlich nicht sein. Denn es handelt sich nicht um eine Schauwerkstatt, sondern um einen ganz normalen Betrieb, betont Reiter. Zu besichtigen sind dann neben dem legendären und immer noch aktuellen Maronibräter-Stiefel, dem Alt-Wiener- und dem Badner Locherschuh auch die alten Maschinen und Ersatzteile, für die die Familie sogar ein Lager angelegt hat. „Wir haben alles aufgekauft, denn die finden sie heute nicht mehr.“ Die Rahmengenähten für Damen und Herren sind seit 1885 das Kerngeschäft der Schuhmanufaktur und sie haben immer noch einen Anteil von 70%. Darüber hinaus

wird heute auch bei Reiter flexgenäht und geklebt. Trends werden permanent aufgegriffen. Es gibt den Sportschuh ab 150 Euro und die Handgenähten für 500 bis 600 Euro. Spezialitäten aus Krokoleder kosten dann schon mal 5000 Euro.

Längst wurde das Programm ergänzt um Lederwaren und Accessoires. Hauptsächlich werden Kalbs- und Pferdeleder verarbeitet, von Gerbereien aus Deutschland, Frankreich, Italien, England und den USA. Die beste Rohware komme fast ausschließlich aus Mitteleuropa. Tierhaltung und Essgewohnheiten entscheiden mit über die Qualität. „Hormonrinder bringen kein gutes Leder“, sagt der Spezialist. Kalbsleder ist heiß begehrt, weil die Haut von Jungtieren weicher und sauberer ist. Dass die Preise für die Rohware steigen und damit auch die Produkte im Laden Jahr für Jahr teurer werden, ist für Reiter und seine Stammklientel in Ordnung. „Wenn die Qualität stimmt.“

Von der reinen Maßanfertigung hält Till Reiter nichts. „Es ist ein Gerücht, dass Maßschuhe besser passen.“ Entscheidend seien der Leisten und das Leder. Beides kann man sich individuell bei Reiter aussuchen. Damit werden anspruchsvollste Wünsche erfüllt. „Auch Rahmengenähte sind zunächst etwas sperrig. Man muss sich aneinander gewöhnen, wie bei jedem guten Schuh“, sagt der Chef.



Zu seinen klassischen Mitbewerbern wie Al- den, Church und Crockett&Jones sind in- zwischen weitere gekommen: Tod's, Hermès/John Lobb und Prada. Und mit ih- nen eine neue Klientel. „Es sind fortgeschrit- tene Konsumenten, markenorientiert, infor- miert mit hohem Anspruch und genussvol- lem Konsumverhalten.“ Modische Koopera- tionen hatte Ludwig Reiter unter anderem mit Helmut Lang, Hugo Boss, Baldessarini und Joop!. Das Engagement hat er inzwi- schen zurückgedreht. Aktuell besteht nur ei- nes mit dem Briten Bramford.

„Wir konzentrieren uns mehr auf die eigene Marke, sonst wird es eng bei den Kapazitä- ten“, erklärt Reiter. Denn nach einer kleinen Delle während der Finanzkrise hat das Ge- schäft mit dem edlen Schuhwerk bereits in der zweiten Hälfte 2009 wieder deutlich an- gezogen. In diesem Jahr seien die Auftrags- eingänge um 50 % gewachsen. Da stoße man an Grenzen, zumal qualifiziertes Personal nicht beliebig aufzustocken sei. Ludwig Rei- ter bildet selber aus, jährlich ein bis drei Lehr- linge. Rund 100 Mitarbeiter beschäftigt das Unternehmen, 50 bis 60 davon sind in der Fertigung tätig.

Das Familienunternehmen rechnet in die- sem Jahr mit rund 15 Mill. Euro Umsatz. Langsam und geordnet werde die Expansion

angegangen, betont Till Reiter in der ihm ei- genen gelassenen Art. Das gilt für den aus- gesuchten Fachhandel und die Flächen. In Österreich führen die Wiener acht eigene Län- den, in Deutschland sieben, dazu kommt ein Franchise-Store. In der Schweiz ist Ludwig Reiter mit einem Geschäft vertreten. Till Rei- ter hält andere Märkte wie Italien, England, die Niederlande oder Russland für lohnen- der. „Wir lassen die Dinge auf uns zukom- men, halten uns aber bereit.“

In den USA führen ein paar Händler Lud- wig Reiter, für mehr fehle die Management- Kapazität. 2009 wurde erstmals der Fuß nach China gesetzt mit einem österrei- chischen Partner in Peking. Ein zweites oder drittes Geschäft sei möglich. Und die dortige Kundschaft gefällt Till Reiter besonders. Die Chinesen seien interessiert, wollten alles über das Produkt wissen, um sich mit ihm identifizieren können. Überhaupt gebe es ei- ne enge Beziehung zu den Reiter-Käufern. 70 % kenne man mit Namen und habe sie registriert.

Mindestens einmal pro Saison kommen sie, vor allem die Männer, in ein Geschäft. Dann geht es nicht nur um einen Neukauf, sondern auch um Service und nahezu rituelle Schuh- pflege. Die Damen sind nicht so traditions-

bewusst, wechseln gerne Schuh und Farbe und interessieren sich vor allem für die Ac- cessoires.

Zweifel am Fortbestand des Unternehmens in Familienhand gibt es bei den Reiters nicht. Man habe eine gesunde Kapitalstruktur. In- vestiert werde aus eigener Kraft, auch wenn sich der Investor Hannover Finanz im Mai zum zweiten Mal mit einer stillen Beteili- gung in nicht genannter Höhe engagiert hat. Von 2004 bis 2007 – Reiter hatte gerade den 50 %-Anteil zurückgekauft, der dem Wäsche- konzern Palmers gehörte – waren die Nord- deutschen schon einmal finanzieller Rücken- decker. Das sind sie jetzt erneut mit Blick auf die in der Krise verunsicherten Banken, er- klärt der Chef. So ein stiller Gesellschafter sorge für große Entspannung und habe „He- belwirkung“.

Und dann verrät er, ganz stolzer Vater, noch etwas: die fünfte Generation ist stark vertre- ten. Alle Reiter-Geschwister haben Kinder. Till Reiters Töchter streben bereits ins Unter- nehmen. Anna (23), BWL-Absolventin, sam- melt derzeit bei Louis Vuitton in London Er- fahrung. Und Magdalena (21) hat kürzlich nach dem BWL-Studium bei ihm als Assis- tentin angefangen. ■

RENATE PLATEN

Authentic

STYLE



Fashion Anniversary



MEKONM
A WELL TRAVELED DENIM CO.



Elbkind
HAMBURG

We build brands

Are you looking for national or international distribution? Let's talk!

textil Style GmbH | franke@style-textil.de | authenticstyles.de

S ANGELES – NEW YORK – HONG KONG – BERLIN – DÜSSELDORF – HAMBURG – MÜNCHEN – SALZBURG