



flairMOVIE
AUF YOUTUBE + IPAD
Keyword „FLAIRMUVIEREITER“

Der goldene REITER

Tradition zum Anfassen: Die Schuhmanufaktur LUDWIG REITER wandert aus – im Schloss Süßenbrunn soll ein „außergewöhnlicher Produktionsbetrieb“ erlebbar werden. Firmenchef Till Reiter und seine beiden Töchter blicken im flair-Interview in die Zukunft der österreichischen Edelmarke.

INTERVIEW Ingrid Geringer
FOTOS Peter Garmusch

Was für Schuhe trägt Till Reiter, wenn er seine Baustelle Schloss Süßenbrunn betritt?

Till Reiter: Na ja, heute trage ich dem Wetter entsprechend die klassischen „Maronibrater“ – eine Art Waldarbeiter-Stiefel mit dickem Filzfutter. Die sind genau richtig, wenn man den ganzen Tag draußen in der Kälte herumsteht.

Tragen Sie ausschließlich Ihre eigenen Schuhe?

Ja, natürlich. Etwas anderes kann ich mir nicht leisten.

Dafür ziehen Sie mit Ihrem Unternehmen bald in das Schloss Süßenbrunn im Norden Wiens. Das ist doch schon eine große Fußnote in der Erfolgsgeschichte von Ludwig Reiter: Sie möchten ein Erlebniszentrum der Marke schaffen. Was genau werden wir hier erleben und fühlen?

Es wird kein Erlebniszentrum im Sinne eines Freilichtmuseums. Dass wir hier in Österreich eine traditionelle Schuhproduktion haben, ist etwas ganz Besonderes, wenn man in Betracht zieht, dass in ganz Europa kaum mehr Schuhe erzeugt werden. Das weckt das Interesse, sich so etwas ansehen und es nachvollziehen zu können. So entstand der Wunsch, unserer Schuhproduktion

einen entsprechenden Rahmen zu verleihen. Es wird also keine Show-Werkstatt, sondern eine authentische Schuhmanufaktur.

Wen werden Sie als Schlossherr hier erwarten? Wer soll die Schuhmanufaktur Ludwig Reiter „betreten“? Willkommen ist jeder, der sich für die Vorzüge einer Schuhmanufaktur interessiert. Es gibt großes Interesse aus dem Ausland, z.B. aus China – gerade dort ist eine nachvollziehbare Herkunft ein großes Thema. Es wird keine speziellen Vorführungen geben, sondern einfach nur das Erlebnis eines außergewöhnlichen und traditionellen Produktionsbetriebs. So

gesehen machen wir das primär für unsere Mitarbeiter, also für jene Personen, die hier auch tätig sind und Schuhe produzieren.

Seit fünf Generationen steht der Name Reiter für große Innovationen. Da gab es den Urgroßvater Ludwig Reiter, den Gründer der Marke, seinen Sohn, Ihren Großvater, der das Konzept der Goodyear-Methode aus den USA nach Österreich gebracht hat – und Sie selbst gelten als ein Marketing-Genie ...

Ich wehre mich ein bisschen gegen den Begriff Marketing-Genie. Der würde ja implizieren, dass das, was wir hier machen, eine aufgesetzte Attitüde besitzt – und dem ist gewiss nicht so. Im Grunde

genommen leben wir ja das, was wir sind und was uns Spaß macht.

Dennoch haben Sie es geschafft, eine österreichische Schuhmarke in der High-Fashion-Welt zu etablieren. Erzählen Sie uns von Ihrem Vater: Welche Brücken hat er denn seinerzeit errichtet?

Mein Vater hat in der ganzen Generationengeschichte eine sehr wichtige Rolle gespielt. Früher gab es in Österreich viele Erzeugungsbetriebe dieser Art, heute sind wir die Einzigen, die übrig geblieben sind. Das haben wir ihm zu verdanken, denn er hat in einer Zeit, als sich viele andere Betriebe auf Wanderzirkus begaben, um in den Nachbarländern oder in Südostasien

Family Affairs: Die Schwestern Magdalena und Anna Reiter. Im Hintergrund: Vater und Firmenchef Till Reiter.

„WIR SIND HIER ALS WIENER UNTERNEHMEN EIN BISSCHEN WIE DIE EISBÄREN IN DER WÜSTE.“

nicht so an der Oberfläche sichtbar ist. Was man einmal daraus machen kann, das überlasse ich in ein paar Jahren gerne meinen Töchtern.

Anna Reiter, Sie haben Ihr BWL-Studium absolviert, arbeiten derzeit für ein großes internationales Traditionshaus und Ihr Einstieg ins eigene Unternehmen steht quasi schon fest. Richtig?

Anna Reiter: Das hab' ich noch nicht gehört, aber ich habe mir selber eine Timeline gesetzt, derzufolge ich in den nächsten fünf Jahren in das Familien-

Was denken Sie: Welchen Weg werden Ihre Töchter einmal einschlagen? Vielleicht sind sie mal die ganz großen Marketing-Genies. Wir sind ja noch immer ein sehr kleines Unternehmen, unser Potenzial ist wahrscheinlich viel größer. Für mich war es in den letzten Jahrzehnten wichtig, dem Unternehmen eine Position zu geben, die viel Substanz braucht. Da steckt sehr viel Arbeit dahinter, die wachsen muss, die

billiger zu produzieren, an Technologien festgehalten. Als die meisten anderen auf moderne Verfahrenstechniken umstellten, behielt mein Vater eine gewisse Anhänglichkeit und bestand auf seinem Qualitätsverständnis. Sonst gäbe es uns nicht mehr.

Sie haben das Unternehmen einst mit 23 Jahren übernommen und halten es als Mehrheitseigentümer mit einem Anteil von über fünfzig Prozent. Wie steht es da mit der Demokratie? Entscheidet auch mal die Mehrheit?

Wenn wir, also meine Geschwister und ich, Entscheidungen treffen, dann – behaupte ich jetzt einmal – fallen diese immer einstimmig. Es wird sicher viel diskutiert, aber letztlich mit dem Ziel, genau diese Einstimmigkeit herbeizuführen, und das funktioniert.



Werkzeug bei Fuß: Im Hause Reiter wird gerne gemeinsam Hand angelegt.

▶ **flairMOVIE „FLAIRMÖVIEREITER“ AUF YOUTUBE + IPAD**

unternehmen einsteigen möchte. Bis dahin kann ich noch genug Erfahrung in anderen Unternehmen sammeln – und dann bin ich startklar, um mit meinem Vater zu arbeiten.

War dieser Weg vorgezeichnet oder war das eine Herzensentscheidung? Ich war 13 oder 14 Jahre alt, da habe ich etwas naiv zu meinem Vater gesagt, dass ich einmal Chef von einem großen internationalen Unternehmen wie Louis Vuitton werden möchte. Ich habe mir aber immer schon sehr hohe Ziele gesetzt – vielleicht erreiche ich sie nie, aber wenigstens werde ich es versuchen und darauf hinarbeiten.

Was hält der Herr Papa vom Vorhaben seiner Tochter, aus Ludwig Reiter Louis Vuitton zu machen? Till Reiter: Abgesehen von der Größenordnung, die Unternehmen wie Louis Vuitton besitzen, haben wir natürlich eine ganz andere Position. Frankreich ist die Domäne der Luxusindustrie. Während wir hier als Wiener Unternehmen ein bisschen wie die Eisbären in der Wüste sind.

Aber Ludwig-Reiter-Schuhe wird man

doch auch in Paris kaufen können? Till Reiter: Nein, dafür aber Louis-Vuitton-Koffer in Wien, jede Menge. Anna Reiter: Genau das ist unser Plan: Ludwig Reiter expandiert weltweit. Wir haben schon ein Geschäft in Beijing. Das läuft sehr gut. Die Idee dahinter ist, in den nächsten fünf bis zehn Jahren auch in London, Paris und New York Ludwig-Reiter-Geschäfte zu eröffnen.

Anna, Sie selbst müssen ja einen Berg Schuhe zu Hause haben ... Anna Reiter: Das ist eine schwierige Frage. Ich selbst besitze wahrscheinlich kein einziges Paar Schuhe, weil ich sie mit zwei anderen Mädels, nämlich mit meiner Schwester und meiner Mutter, teile. Wir haben alle drei die gleiche Schuhgröße, deshalb wird immer getauscht. Manchmal ist das sehr praktisch, aber manchmal führt es auch zu kleinen Streitereien – wenn's um Schuhe geht, verstehen wir keinen Spaß. *(lacht)*

Magdalena, Sie sind die jüngere Schwester und studieren auf der Modul-Universität. Sehen Sie Ihre Zukunft ebenfalls im heimischen Unternehmen?

Magdalena Reiter: Ja, das tue ich – und ab Oktober werde ich auch bei meinem Vater arbeiten und viel im Bereich PR und Costumer Relationship Management zu tun haben. Dann werde ich meinem Vater gewisse Aufgaben abnehmen, damit er ein bisschen mehr Zeit für komplexere Dinge hat.

Besitzen Sie ein Paar Schuhe, das Sie nie wieder hergeben würden? Magdalena Reiter: Ich habe von meinen Eltern im Alter von 15 Jahren ein Paar Stiefel aus Velours bekommen, die ich dann im Sommer wie im Winter getragen habe. Die sind mittlerweile so abgetragen, dass sie Löcher und Risse haben. Oft denke ich mir: Ich kann die nicht mehr anziehen, sonst denken die Leute weiß Gott was ... Till Reiter: Das ist so eine Familienkrankheit, dass man sich von lieb gewonnenen alten Dingen nicht trennen kann. Und die führt dann beispielsweise auch dazu, dass man so ein Unternehmen erhält ...

Welchen Schuh würden Sie sich niemals anziehen? Till Reiter: Den Schuh des Manitu. *(lacht)*