

## Till Reiter

SCHUHMANUFAKTUR LUDWIG REITER

Till Reiter führt gemeinsam mit seinen Brüdern Uz und Lukas den Familienbetrieb in vierter Generation. Das vom Urgroßvater 1885 gegründete Unternehmen betreibt neben der Schuherzeugung 18 eigene Geschäfte in Österreich, Deutschland und der Schweiz. Der Umsatz belief sich zuletzt auf 15 Millionen Euro.



Die Schuhmanufaktur Ludwig Reiter stattet nun auch Theaterproduktionen aus. Der jüngste Coup: „Der Freischütz“.

# Schuhe als Kunst

**T**ill Reiter, 48, und Karl Markovics, 47, haben eines gemein: Beide spielen privat eher im Hintergrund. Nur für ihren Job treten sie gerne vor den Vorhang. Wie eben jetzt: Mime Markovics („Die Fälscher“) preist die Schuhe, die er bei der aktuellen Theater-an-der-Wien-Produktion „Der Freischütz“ trägt, öffentlich an (siehe Interview rechts).

Für Till Reiter, Geschäftsführer der Schuhmanufaktur Ludwig Reiter, ist die Ausstattung der Oper mit 50 Paar Sonderanfertigungen keine Premiere. So wurden schon der „Rigoletto“ in Salzburg, Produktionen des Teatro La Fenice in Venedig und heuer die Verdi-Oper „Un giorno di regno“ beim im Juli stattfindenden Festival in Montepulciano mit Reiter-Schuhen ausgestattet. „Wir lieben es, Schuhe als künstlerischen Beitrag zu produzieren und nicht, um Werbung zu machen“, sagt Till Reiter. Und das

kann man ihm auch so glauben. Der Mann wirbt weder medial noch in seinen Geschäften mit seinen Kunstaufträgen. Reiter wird lediglich auf der Besetzungliste mit einem Satz erwähnt, that's it. Der Kaufmann ist aber auch selbst begeisterter Theaterbesucher: „Ich mag das Musik- und Sprechtheater. Vor allem besuche ich gerne das Theater an der Wien, da wird nicht so ein Eintopf wie in der Staatsoper geboten.“

**Brad Pitt als Gratis-Testimonial.** Das edle Schuhwerk aus dem Familienbetrieb Reiter, der bereits in vierter Generation geführt wird, ist längst über die Grenzen Österreichs hinaus bekannt und wird international als Luxusbrand gehandelt. Reiter arbeitete auch für Labels wie Baldessarini, Helmut Lang oder Michalsky. Sogar Brad Pitt fand jüngst Gefallen an Stiefeln der heimischen Brand und trug diese gar in Tarantinos „Inglourious Basterds“.

Wirtschaftskrise hin oder her, Till Reiter ist ganz zufrieden: „So gut wie in diesem ersten Quartal lagen wir noch nie. Und auch im für viele schwierigen Wirtschaftsjahr 2009 lagen wir über dem Vorjahr“, freut sich Reiter. Mit 18 eigenen Läden in Österreich, Deutschland und der Schweiz sowie mit diversen Partnergeschäften in Großbritannien, Italien, den Niederlanden, den USA und Japan setzte die Manufaktur zuletzt 15 Millionen Euro um.

Die Begehrlichkeit nach den Schuhen aus dem feinen Pferdeleder, wie dem „Wiener“- oder dem „Budapester“-Schuh, gehen sogar so weit, dass schon mehrmals in Ludwig-Reiter-Geschäfte eingebrochen wurde. Jüngst erst vergangenen Freitag im Stammgeschäft auf der Wiedner Hauptstraße. „Das sind Beschaffungskriminelle. Unsere Waren tauchen meist in anderen Ländern wieder auf, wo sie schwarz verkauft werden“, erzählt Till Reiter.



## interview

# „Will meine Seele nicht verlieren“

Schauspieler Karl Markovics' philosophische Betrachtung über Werbung, Unabhängigkeit & Schuhe.

**FORMAT:** Herr Markovics, warum werben Sie für Schuhe von Ludwig Reiter, die dieser für die Oper „Der Freischütz“ produziert hat?

**Markovics:** Ich mache ja keine Kampagne wie Georg Clooney. Das ist für mich wie jede andere Öffentlichkeitsarbeit im Rahmen der Produktion, ob ich das gerne mache oder nicht.

**FORMAT:** Reiter war die Ausnahme.

**Markovics:** So gesehen, ja, ich stelle

**Markovics:** Drei und ein Paar Stiefel für eine Filmsequenz. Der Einsatz der Schuhe auf der Bühne, die alle Sonderanfertigungen sind, ist für Reiter gleichzeitig ein Testlauf, wenn Sie so wollen: Er entwirft die Modelle und kann diese in Extremsituationen auf der Bühne erproben. Und wer weiß, wenn der große Run auf die Schuhe anläuft, könnte man ja die „Freischütz-Serie“ by Reiter auflegen.

**FORMAT:** Tragen Sie Reiter privat?

**Markovics:** Nein, ich trage überhaupt keine Markenschuhe. Ich trage Schuhe relativ lange und gehe sorgsam damit um.

**FORMAT:** Bekommen Sie eine Gage von Ludwig Reiter für Ihr Engagement?

**Name:** Keinen Cent, ich würde auch kein Paar Schuhe nehmen, sondern dankend ablehnen.

**FORMAT:** Und ein Zuverdienst aus Werbung reizt Sie nicht?

**Markovics:** Nein, es ist ein Freiheitsbeweis für mich, keine Werbung zu machen. Clooney ist so bekannt, der hat keine andere Wahl. Ich habe die Wahl. Natürlich ist niemand ganz frei, sonst würde man ja keine Familie gründen. Aber es soll ein Maß sein, wo man sagt, ich bestimme es alleine.

**FORMAT:** Sie haben aber sicher schon das eine oder andere Angebot bekommen, zu werben.

**Markovics:** Natürlich, ich lehne Werbung jedoch als persönliche Entscheidung ab und rümpfe nicht die Nase über Kollegen, die das tun. Ich bin auch nicht abergläubisch, aber es gibt eingeborene Völker, die sich nicht fotografieren lassen, um ihre Seele nicht zu verlieren. Ich sehe meine Darstellung in einer Werbung ähnlich und glaube, dass das für meinen Beruf nicht von Vorteil wäre.



**GUT BESÖHLT.** Karl Markovics probiert seine „Freischütz“-Stiefeletten bei Till Reiter (rechts).



mich privat nie dar und mache auch keine Home-storys. Trotzdem finde ich es toll, dass auch einmal ein

Familienbetrieb wie Reiter in den Genuss von Sponsoring kommt und nicht immer nur große Konzerne.

**FORMAT:** Wie viel Paar Schuhe von Reiter tragen Sie auf der Bühne?

– GABRIELA SCHNABEL

– GABRIELA SCHNABEL

# werk

Übersiedlung der Produktion ins Süßenbrunner Renaissanceschloss. Sein nächstes Expansionsziel hat Reiter schon voll in Arbeit: Mit einem Investitionsvolumen von sieben Millionen Euro baut Reiter das im Vorjahr erworbene Renaissanceschloss Süßenbrunn um. Auf das drei Hektar große Areal wird bis Anfang des nächsten Jahres die Schuhproduktion von Wiener Neudorf umgesiedelt werden. Kunden und Touristen haben dann auch die Möglichkeit, die Entstehung der Schuhe live mitzuerleben.

Wer weiß, vielleicht schaut ja auch mal Karl Markovics oder Film-Beau Brad Pitt vorbei.

# FORMAT

NR. 16

23. APRIL 2010

2,90 EURO

[www.format.at](http://www.format.at)

P.b.b. GZ 022032103 W  
Verlagspostamt 3432 Tulln  
Deutschland, Italien € 3,50

ÖSTERREICHS WOCHENMAGAZIN FÜR WIRTSCHAFT & GELD