

Das Strickmuster des Erfolgs



Foto: Pixabay - Vika Glitter

Diese erfolgreiche Firmengeschichte hat einen „roten Faden“. Die Rieter Holding AG hat eine lange Geschichte als Anbieter von Spinnereimaschinen und Systemen für die Textilindustrie.

Johann Jacob Rieter eröffnet 1795 in Winterthur, Schweiz, sein erstes Handelsgeschäft mit exotischen Gewürzen und Baumwolle. Einige Jahre danach begann der Übergang von der Handels- zur Produktionsfirma. Textilien wurden mit eigenen Spinnereien gefertigt (1 Die Kraft der Chancen).

Im Jahr 1833 wurde die Firma Rieter & Oberholzer gegründet. Sie begann mit der Produktion von Spinnmaschinen. Dann wurden auch komplette Anlagen von Spinnereimaschinen mit Wasserrädern und Transmissionen in Nachbarländer geliefert. Rieter stellte auch elektrische Ausrüstungen für Lokomotiven und Straßenbahnen sowie Gewehre und Motoren her (2 Kundenbedürfnisse im Fokus).

Ab dem Jahr 1915 konzentriert sich Rieter auf den Spinnereimaschinenbau. Rieter führte 1930 die erste Selbstaktmaschine für die Baumwollspinnerei ein. Das führte zu einer Revolution in der Textilindustrie. Außerdem stieg Rieter in den Chemiefaserbereich ein (3 Innovationskultur fördern).

Im Jahr 1951 wurde die American Rieter Company in Arlington (USA) gegründet. 1962 folgte die Gründung eines Werks in indischen Coimbatore (4 Internationaler Vertrieb).

Mit dieser Übernahme der Unikeller AG (Schweiz) im Jahr 1984 steigt Rieter ins Autozuliefergeschäft ein.

Rieter setzt in den 1980er und 1990er Jahren verstärkt auf globalen Erfolg und eröffnete Produktionsstandorte in Asien, in der Tschechischen Republik und in Südamerika (4 Internationaler Vertrieb).

Rieter erwirbt in den 2000er Jahren führende Hersteller von Schlüsselkomponenten für Spinnereimaschinen und wird damit zum Innovationsführer in diesem Bereich. Rieter baut außerdem digitale Technologien in seine Produkte ein (5 Digitalisierung).

Der Rieter Campus wird ein Kunden- und Technologiezentrum sowie ein Verwaltungsgebäude am Standort Winterthur umfassen. Das Richtfest fand am 3. November 2022 statt (6 Frühzeitige Markttests).

Heute ist Rieter ein Schlüsselakteur in der globalen Textilindustrie und setzt auf Nachhaltigkeit und fortschrittliche Technologien (7 Fokus auf Nachhaltigkeit).

#RieterErfolg #TextileInnovationLeader #RieterHistory #GlobalSpinningGiant #DigitalTextileFuture #SustainableTextiles

So geht's: Maßnahmen für Innovation und Kundenorientierung – nicht nur im Mittelstand

1 Die Kraft der Chancen: Die Entdeckung der Chancen ist der Schlüssel zum Erfolg. In einer schnelllebigen und sich ständig verändernden Wirtschaftswelt ist es unerlässlich, offen für neue Möglichkeiten und für vorausschauende Produktentwicklung zu sein. Scannen sie immer vielversprechende Chancen in neuen Technologien oder in Nischenmärkten.

2 Kundenbedürfnisse im Fokus: Setzen sie auf die enge Zusammenarbeit mit den Kunden. Damit verstehen sie die tatsächlichen Bedürfnisse und Herausforderungen der Zielgruppe. Diese direkte Kommunikation hilft maßgeschneiderte Produkte mit Mehrwert für die Kunden zu entwickeln und langfristige Kundenbeziehungen aufzubauen.

3 Innovationskultur fördern: Schaffen sie eine Kultur, die Mitarbeiter ermutigt, Ideen einzubringen und kreative Lösungen zu entwickeln. Eine offene Atmosphäre schafft Raum für Experimente und fördert internen Unternehmergeist. Dafür können Innovationsworkshops und Brainstorming-Sitzungen ein erster Schritt sein.

4 Internationaler Vertrieb: Internationale Märkte können das Umsatzpotenzial erheblich steigern und die Abhängigkeit von einzelnen Märkten verringern. Er bietet auch den Zugang zu Ressourcen, Talenten und Innovationen aus verschiedenen Teilen der Welt. Gut geschulte Mitarbeiter und eine klare strategische Ausrichtung sind dabei von essenzieller Bedeutung.

5 Digitalisierung: Neue Technologien, wie künstliche Intelligenz, Internet of Things (IoT) und Big Data bieten neue Möglichkeiten. Nutzen bzw. integrieren sie diese Technologien, um innovative, vernetzte Produkte und Dienstleistungen anzubieten.

6 Frühzeitige Markttests: Frühzeitiges Feedback und Markttests erhöhen die Erfolgchancen eines Produkts in beträchtlichem Maße. Sammeln sie wertvolles Kundenfeedback mit Pilotprojekten oder Testläufen. Mit den Ergebnissen daraus lässt sich ein Produkt entsprechend optimieren und kundenfreundlicher gestalten.

7 Fokus auf Nachhaltigkeit: Nicht nur die Qualität der Produkte zählt, sondern auch Aspekte der Nachhaltigkeit. Wenn sie ökologische und soziale Verantwortung in ihre Unternehmensphilosophie integrieren, können sie damit einen aktuellen Wettbewerbsvorteil erreichen und das Image des Unternehmens bei den Kunden stärken.

8 Markenimage: Ein positives Markenimage schafft Vertrauen, Glaubwürdigkeit und Loyalität bei den Kunden. Es ermöglicht, sich von Mitbewerbern abzuheben und eine emotionale Bindung zu den

Kunden herzustellen. Kunden bevorzugen Produkte oder Dienstleistungen von Marken mit einem positiven Image. Sie sind auch bereit, dafür einen Premium-Preis zu zahlen.

9 Kooperation und Netzwerke: Partnerschaften und Kooperationen bereichern die Produktentwicklung und eröffnen neue Perspektiven. Sie verschaffen Zugang zu frischen Ideen und neuesten Technologien. Die Zusammenarbeit mit Forschungseinrichtungen, Startups oder anderen Unternehmen ermöglicht außerdem den Zugang zu neuem Know-how und externen Ressourcen.

10 Eigentümergeführtes Unternehmen: Der Erfolg von eigentümergeführten Unternehmen liegt in der klaren Fokussierung auf ihr Kerngeschäft. Sie sind sehr flexibel und treffen ohne lange Sitzungsmarathons schnelle Entscheidungen. Diese Eigentümer setzen auf den langfristigen Erfolg des Unternehmens und nicht auf kurzfristige Renditen, wie es häufig bei managergeführten Gesellschaften vorkommt.

11 Influencer-Marketing für B2C: Influencer haben in ihrer Nische eine starke Anhängerschaft. Sie können damit eine neue Zielgruppe erschließen und auch wertvolles Feedback und Einsichten liefern. Sie ermöglichen die direkte Interaktion mit potenziellen Käufern. Das stärkt die Kundenorientierung, fördert die Bindung an die Marke und steigert die Sichtbarkeit bzw. Reichweite des Unternehmens.

Diese innovativen und kundenorientierten Maßnahmen verbinden Tradition mit Innovation. Sie steigern die Wettbewerbsfähigkeit. Damit gelangen sie auf einen langfristigen Erfolgskurs.

Hilfreiche Literatur:

[Geschäftsmodelle und Strategien im Mittelstand](#)