



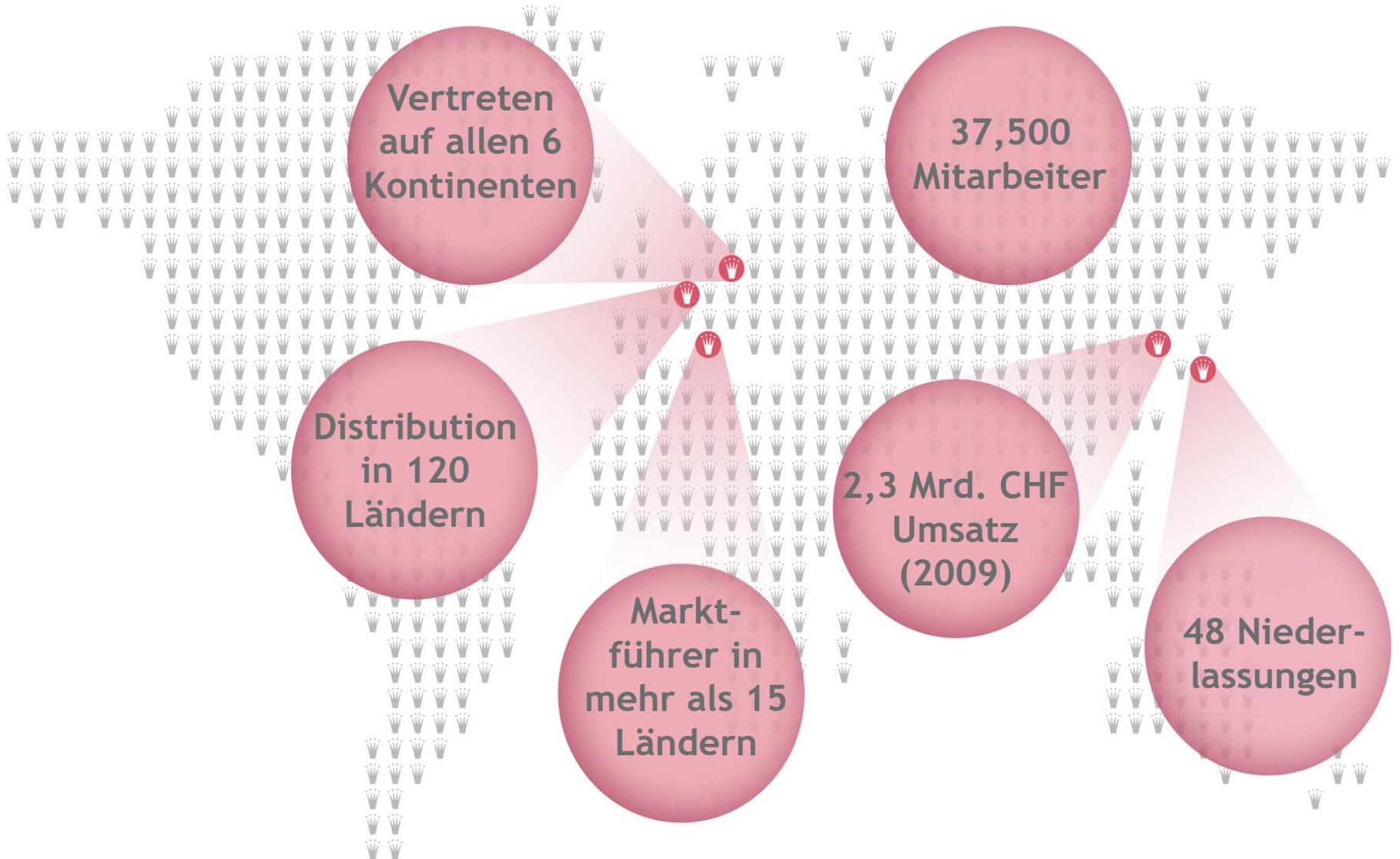
Triumph



Gegründet im Jahr 1866 als die **“Spiesshofer & Braun Corsagen Fabrik”** mit 6 Näherinnen, hat sich Triumph heute zu einem High-Tech Dessous and Shapewear Produzent, Händler und Einzelhändler entwickelt.

Auch heute noch besitzen und leiten die Gründerfamilien den Konzern, der in 120 Märkten weltweit vertreten ist.

Triumph ein globaler Marktführer





120 Länder

Japan als größter Einzelmarkt

40,000 Handelspartner

150 Mio. Konsumenten p.a.

1,660 Own Stores weltweit

4,400 Kaufhaus Standorte

Kundenbetreuung und Konsumentenservice

Mit über 1660 Franchise Partnern
und eigenen Triumph Shops



Präsenz bei 40,000 Großhandelskunden

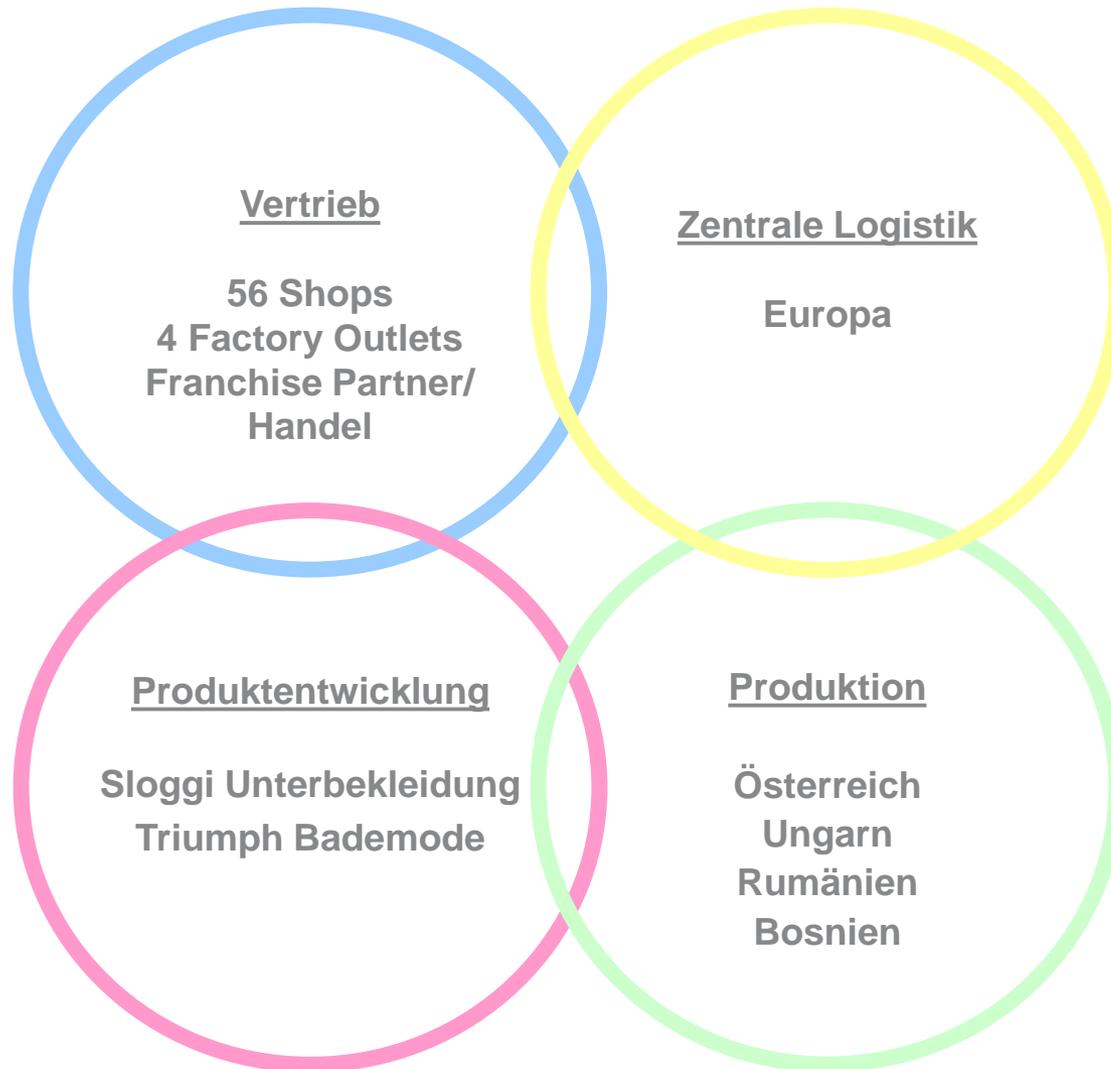


150 Million Konsumenten pro Jahr
erreichen



- Gegründet 1959 in Wiener Neustadt
- Umsatz ca. € 300 Mio.
- 1.950 Mitarbeiter
- 5 Standorte in A
Hauptsitz: Wiener Neustadt
Näherwerke: Aspang
Hartberg
Oberwart
Oberpullendorf
- 56 eigene Triumph-Stores, 3 FOC, 28 Franchise Stores

Triumph Österreich - unsere Kompetenzfelder



4 begehrteste Marken von Triumph

Triumph 

sloggi[®]

VALISERE[®]
L i n g e r i e

HOM[®]



Triumph 

sloggi

Triumph 



www.sloggi.ch

sloggi®

It's
string
time!

VALISERE®
Lingerie

Le langage de la
Séduction.
depuis 150 ans



HOM®





Triumph 

Erfolgsfaktoren in der Bekleidungsindustrie

Fokus auf EndkonsumentInnen

Prozessorientierung

Mitarbeiterereinbindung

Systemische Unternehmensführung

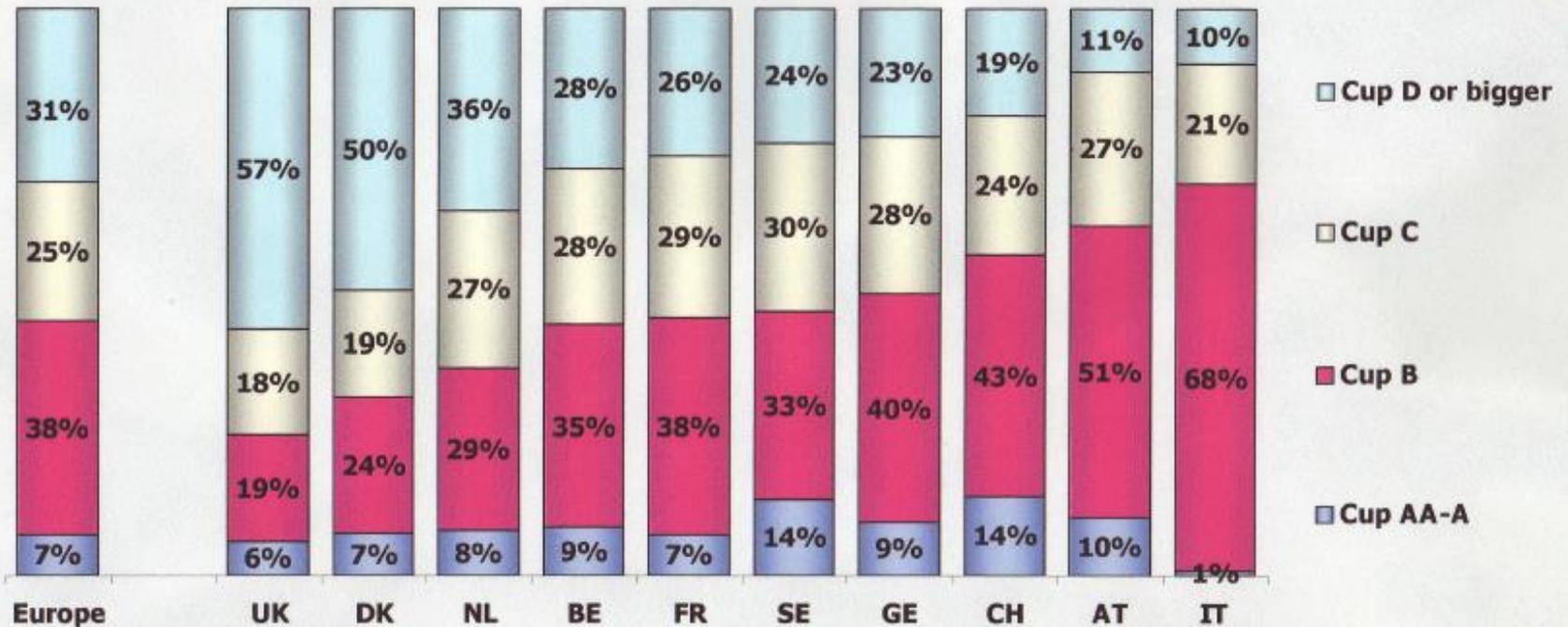
Markt- und Kundenorientierung ?!?

Triumph 



European development in units (part of bra cup sizes per country)

1



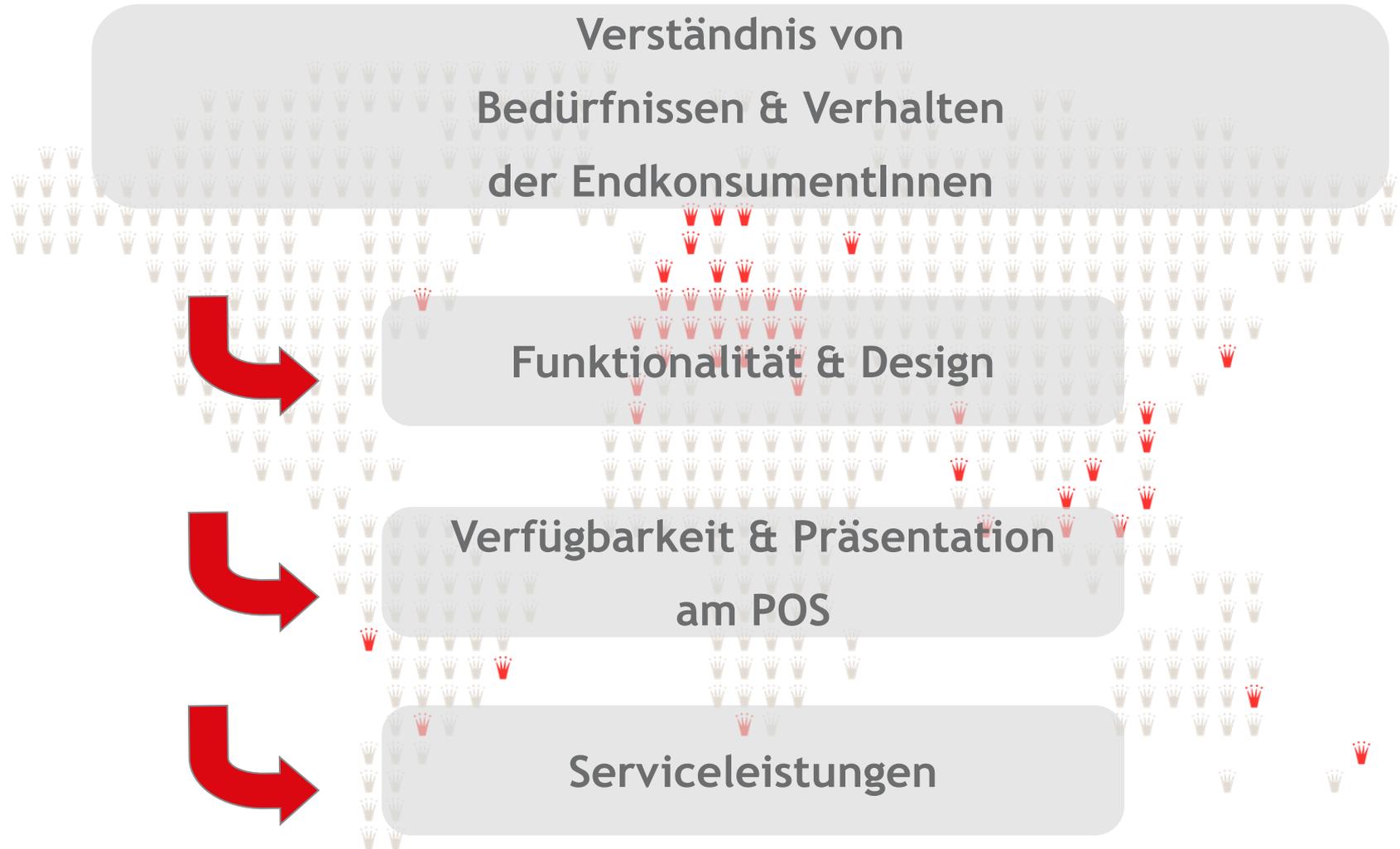
Important Note: The total chart or extracts from it are only authorized to be used when indicating the source.

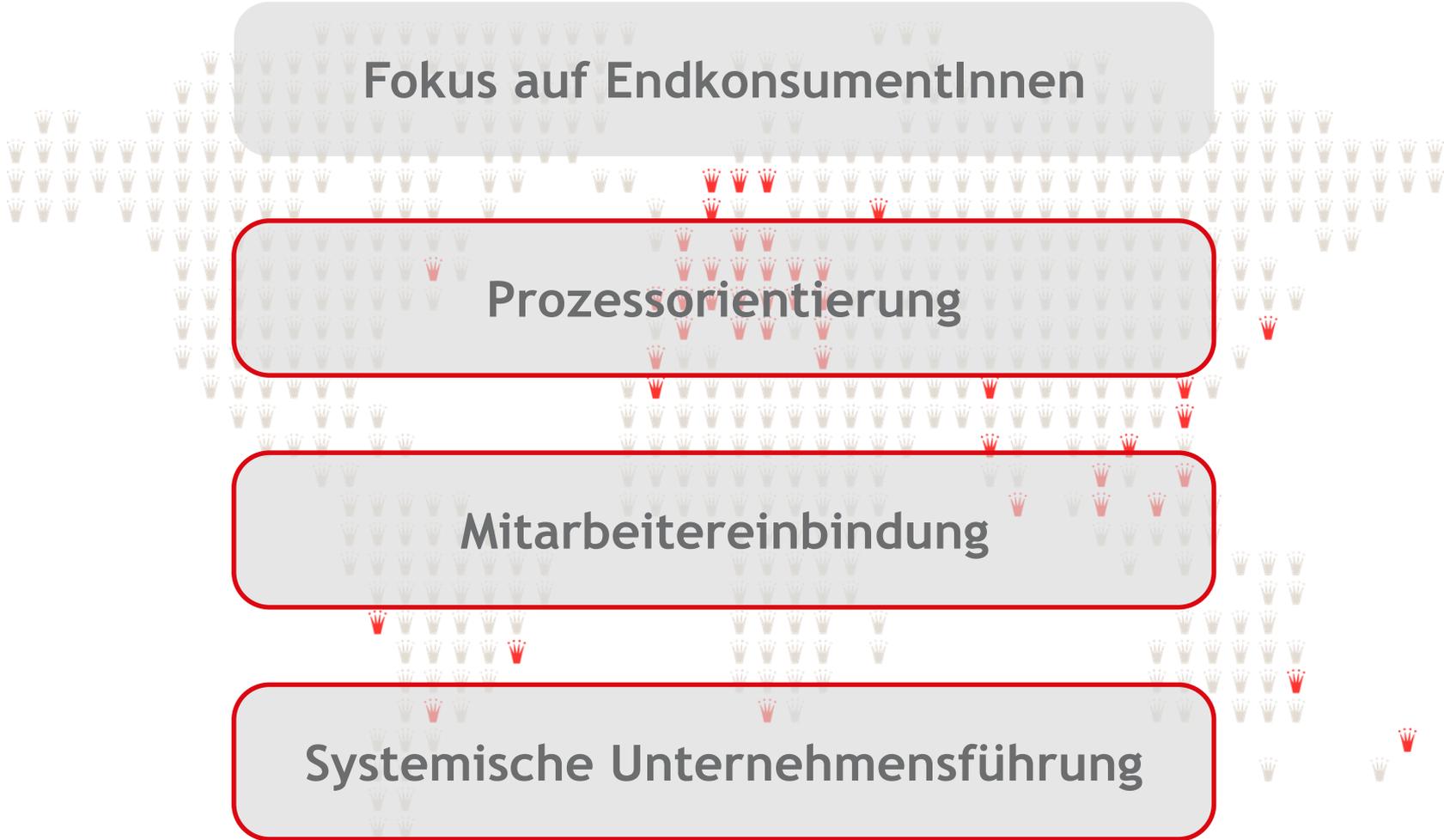
Source: GfK - Gesellschaft für Konsumforschung, and TNS – Taylor Nelson Sofres



Markt- und Kundenorientierung
≠
Fokus auf EndkonsumentInnen







Fokus auf EndkonsumentInnen

Prozessorientierung

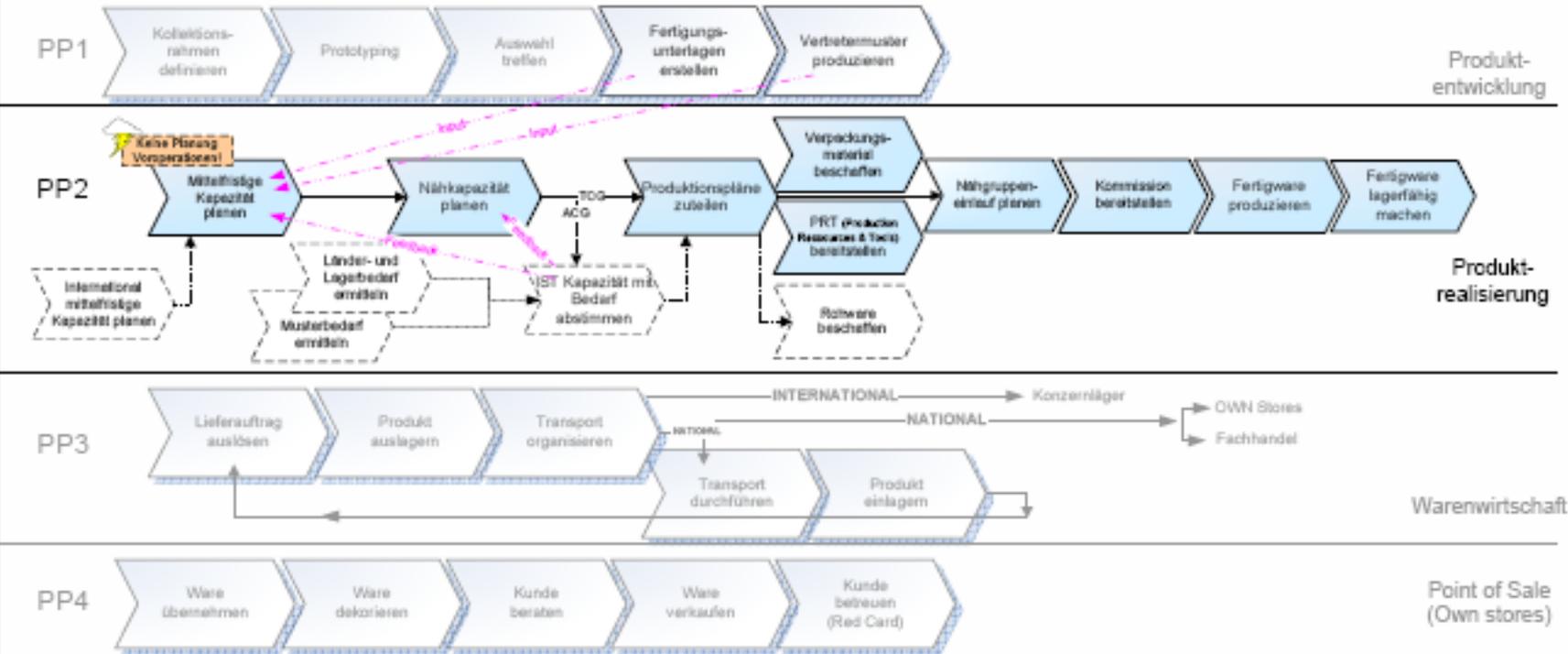
Mitarbeiterereinbindung

Systemische Unternehmensführung

Management Prozesse (MP)



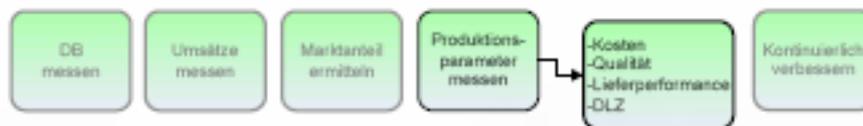
Leistungsprozesse (PP)



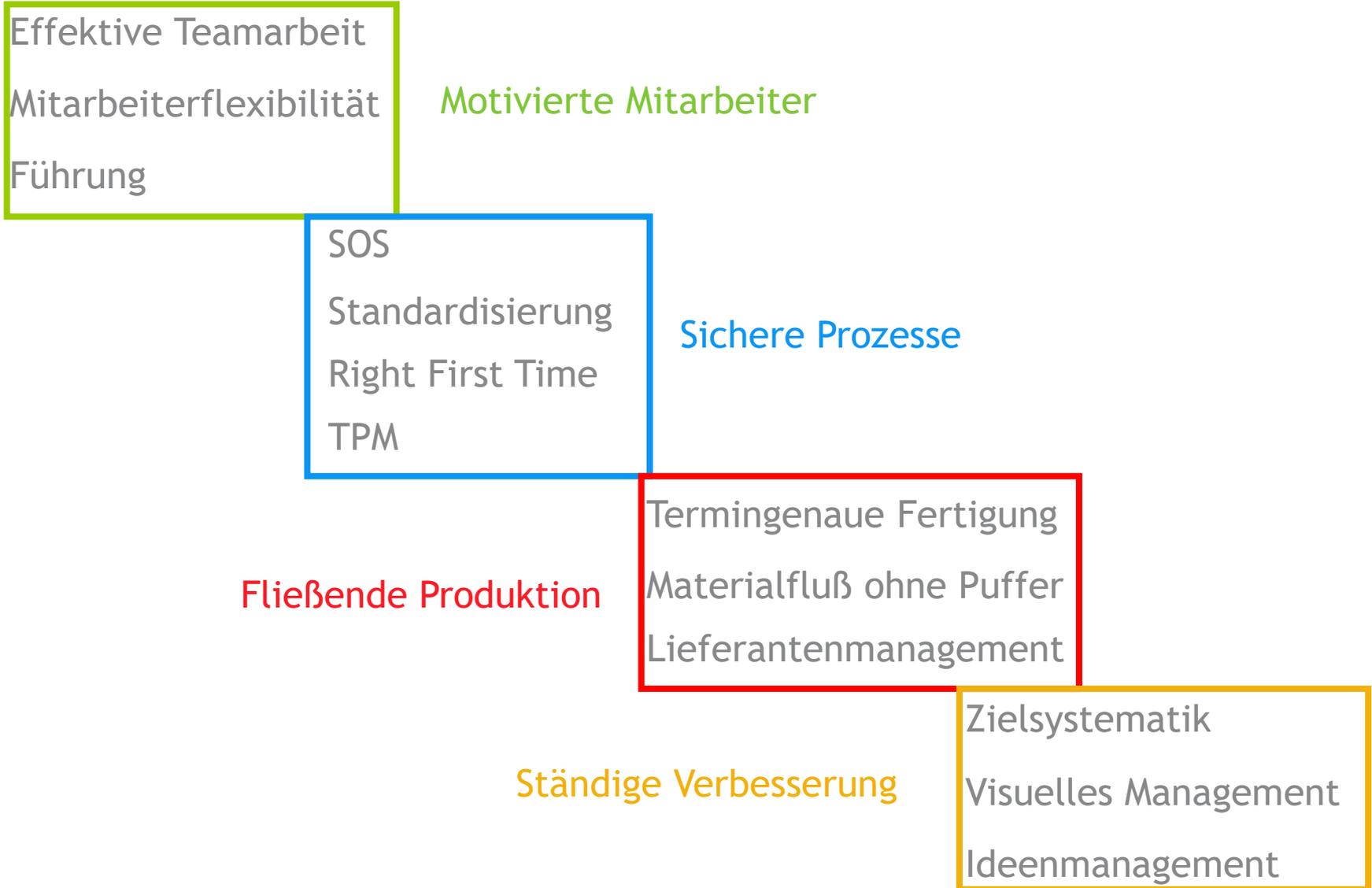
Unterstützungsprozesse (SP)



Messung, Analyse & Verbesserung (AP)



Erfolgsfaktoren - Beispiel Produktion



Wo stehen wir?

- Gemeinsame Standortbestimmung



Vision

Weltklasse

Ziele

Unternehmensziele, Produktionsziele, Prozessziele

Erfolgsfelder

Absichern von Prozess- und Produktqualität

Sicherstellen einer fließenden Produktion

Arbeiten an kontinuierlicher Verbesserung

Arbeiten in / Führen von flexiblen Teams

Erfolgsfaktoren

Sicherheit, Ordnung, Sauberkeit
Standards
Prozess- u. Produktqualität
Autonome Instandhaltung

Termingenaue Fertigung
Materialfluß ohne Puffer
Gezieltes Lieferantenmanagement

Zielsystematik
Visuelles Management
Kontinuierliche Verbesserung

Effektive Teamarbeit
Mitarbeiterflexibilität
Führung

Basis

Unternehmenswerte

... is that all that matters ?!?

Triumph 





12.917 Personen gefällt das







Triumph