

Riedel Glas

2005 Erfolgreichstes Geschäftsjahr seit Bestehen

2006 feiert Riedel Glas:

- 250 jähriges Bestehen
- 20 Jahre Vinum
- 10 Jahre Wirtschaftspressekongress

235 Mio. € Konzernumsatz 2005 – erfolgreichstes Geschäftsjahr

2005 war das bisher erfolgreichste Geschäftsjahr des österreichischen Glasproduzenten Riedel. Der Umsatz stieg von EUR 97,0 Mio. auf EUR 122 Mio. (plus 25%) Die Übernahme des Nachtmann Konzerns im September 2004 hat sich als perfekte Ergänzung zur weltweiten Expansion erwiesen. Durch Investitionen von Riedel Glas in der Größenordnung von EUR 25,0 Mio. ist der Nachtmann Konzern technisch zukunftsweisend ausgerüstet und kann bereits 2006 aus eigener Kraft zum positiven Gesamtergebnis von Riedel Glass Works beitragen.

Riedel Glass Works (= Riedel inklusive Nachtmann und Spiegelau) hatte 2005 einen Produktionsausstoß von 50 Mio. Stück. Riedel Glass Works erreichte 2005 trotz flauer mitteleuropäischer Konjunktur und Fachhandelssterben einen Konzernumsatz von EUR 235 Mio.

Umsatzentwicklung 2000 - 2005 Die erfolgreichen Töchter US & Japan

Die europäischen Umsätze haben sich in diesen 5 Jahren auf EUR 48,0 Mio. nur um 9% erhöht. In diesem Zeitraum ist der Amerika-Umsatz auf Grund der Nachfrage durch das wirksame Marketing um 72% gestiegen, von EUR 36,0 Mio. auf EUR 62,0 Mio. (Plus 40% 2005). Der Japan-Umsatz inklusive Fern-Ost und Australien hat sich verdreifacht, von EUR 4,0 Mio. auf EUR 12,0 Mio. (Plus 20% 2005)

3 Marken Strategie Riedel Glas – Nachtmann - Spiegelau

Die größte Herausforderung für das Familienunternehmen Riedel Glass Works wird die klar abgegrenzte Markenstrategie und die Profilierung der einzelnen Marken sein. Riedel und Nachtmann sind eine perfekte Ergänzung. „Es bedarf Umsicht und Fingerspitzengefühl, um Spiegelau in das Markenbild Riedel Glass Works harmonisch zu integrieren“ erklärt Firmenchef Georg Riedel. Riedel Glas ist die etablierte Fachhandelsmarke, Spiegelau hat in der Gastronomie seine Stärke. Es gibt Überschneidungen, die je nach Markt fein

Riedel Glas

2005 Erfolgreichstes Geschäftsjahr seit Bestehen

gesteuert werden müssen. Das Ziel ist daher, drei Marken mit eigenem Profil und mit klarer Abgrenzung zueinander weiterzuentwickeln. Ein erster wichtiger Schritt ist bereits mit den Neuheiten 2006 gesetzt worden, die sich im Design, Preis und Zielgruppe klar unterscheiden.

Anpassung des Angebotes als Antwort auf Trägheit des Marktes

Der Konsumgüterbereich Glas, Porzellan, Besteck befindet sich seit dem Jahr 2000 auf einer dramatischen Talfahrt. Besonders in Mitteleuropa ist die Kundennachfrage für Produkte des gedeckten Tisches rückläufig, was sich in Schließungen vieler Hundert Fachgeschäfte manifestiert. Riedel Glass Works begegnet dieser mitteleuropäischen Krise mit innovativen Produkten, verbesserter Technologie und wettbewerbsfähigen Preisen. Wachstumspotential liegt weiters in den Exportmärkten in Übersee, die teilweise mit eigenen Tochterfirmen oder mit eigenen Mitarbeitern vor Ort betreut werden. Mit diesem Vertriebskonzept ist die Chance gegeben, nachhaltig in profitable Märkte zu investieren, um damit die heimischen Standorte zu sichern.

Manufakturstandort Österreich?

„Unsere Manufakturen in Kufstein und Schneegattern sind zurzeit ausgelastet. Die weltweite Nachfrage nach handgemachten Kelchgläsern und Dekantern hält an. Wir gehen davon aus, dass beide Betriebe für absehbare Zeit ihre hochwertigen Qualitätsprodukte weiter absetzen können und damit die Standorte gesichert sind“ so Georg Riedel. Keine Frage, dass vergleichbare Produkte in ähnlicher Qualität wesentlich preiswerter im Osten hergestellt werden können. Es ist die Verpflichtung des Unternehmens, solange wie möglich die Standorte in Österreich zu erhalten.

Riedel Glas

2005 Erfolgreichstes Geschäftsjahr seit Bestehen

Einschätzung der Marktentwicklung von Georg Riedel:

Dadurch, dass der Wirtschaftsglasmarkt in den kommenden Jahren einem sehr scharfen Wettbewerb ausgesetzt sein wird, werden die Preise weiter sinken. Das wird das „Fachhandelssterben“ beschleunigen. Schon heute kämpfen nur noch eine Handvoll Hersteller um diesen Markt. Eine weitere Konzentration und Übernahmen stehen an. Vordringliches Ziel für Riedel Glass Works ist es, seine Marktposition auszubauen und zu den wenigen zu gehören, die „überleben“ werden.

Riedel Glas

2005 Erfolgreichstes Geschäftsjahr seit Bestehen

Ein Rückblick

20 Jahre Vinum – die erfolgreichste Glasserie der Welt

Vinum ist mit 60 Mio. verkauften Stück die erfolgreichste Glasserie der Welt. Die weltweite Entwicklung von Qualitätswein, der Wein-Boom in der Neue Welt, das Wohlwollen der gesamten Presse, die Kommentare des Wine Guru's Robert Parker und die Unterstützung des amerikanischen Winzers Robert Mondavi haben Vinum für die Konsumenten und die Gastronomie zu einem „must have“ gemacht. Vinum wird damit zur meist kopierten Glasserie. Der Erfolg von Vinum hat alle anderen Glashersteller „inspiriert“.

10 Jahre Wirtschaftspressekonferenz – eine Erfolgsbilanz

1996 tritt Georg Riedel an die Öffentlichkeit, um der österreichischen Wirtschaftspresse die Entwicklung des Familienunternehmens zu präsentieren. In diesen 10 Jahren hat sich das Kufsteiner „Luxus Unternehmen“ zu einem internationalen Konzern entwickelt. Der Konzernumsatz 1995 von EUR 28,0 Mio. steigert sich auf EUR 235 Mio. im Jahre 2005. Das Familienunternehmen geführt von Georg und Maximilian Riedel verachtfacht somit den Umsatz. Die Performance des Unternehmens macht die Übernahme der F.X. Nachtmann GmbH mit 2.000 Mitarbeitern möglich und wird zur Gänze eigenfinanziert. „Riedel Glass Works“ mit den Marken Riedel – Nachtmann – Spiegelau steigt damit zum viertgrößten Glashersteller Europas auf.

Die Exportquote (ohne Nachtmann) hat sich bei Riedel Glas von 77% auf 97% erhöht, das bedeutete aber auch einen Rückgang des Österreichabsatzes von 23% auf 3%. Die Ausbringung von 3,0 Mio. wurde auf 14,0 Mio. Stück erhöht.

Die USA Tochtergesellschaft wächst von US \$ 5,0 Mio. auf US \$ 55,0 Mio.

Riedel Glas

2005 Erfolgreichstes Geschäftsjahr seit Bestehen

1756 bis 2006: 250 Jahre Riedel Glas - 12 Generationen

1673 begründet Johann Christoph Riedel die Glasmacher Dynastie. Die 3. Generation, Anton Leopold unterzeichnet am 17. Mai 1756 einen Pachtvertrag für die erste Produktionsstätte in Böhmen. Die 6. Generation Josef der Ältere (geb. 1816) geht als der Glaskönig in die Geschichte ein und führt das Unternehmen in das Industriezeitalter. Die 8. Generation, Walter Riedel wird auf Grund der Mitentwicklung des Radarschirmes als Wissenschaftler 1945 nach Russland verschleppt. Die Riedels verlieren nach 190 Jahren Glaserzeugung Hab und Gut in Böhmen. 1956, 200 Jahre später, erhalten die 8. und 9. Generation, Walter und Claus Riedel, dank einer Kapitalspritze von Swarovski die Chance, in Kufstein die Tiroler Glashütte aus dem Konkurs zu übernehmen. 1973 gelingt Claus Riedel mit der Serie Sommeliers, der ersten auf den Wein abgestimmten Glasserie, ein Genie-Streich, der die Zukunft und den weltweiten Erfolg des Unternehmens maßgeblich prägt. Die 10. Generation, Georg Riedel entwickelt die Erkenntnisse von Claus Riedel weiter, passt sie dem globalen Markt an und setzt 1986 mit der maschinengeblasenen Serie Vinum einen Industriestandard der bis heute unerreicht ist. 2001 tritt die 11. Generation, Maximilian Riedel, in das Unternehmen ein. Er übernimmt die Führung der erfolgreichen Tochtergesellschaft in USA und verdreifacht innerhalb von 4 Jahren den Umsatz. 2004 wird die von Maximilian kreierte Serie „O“ - der weinfreundliche Becher - ein weltweiter Erfolg. In demselben Jahr übernimmt Riedel die F.X. Nachtmann GmbH und steigt damit zum viertgrößten Glashersteller Europas auf. 2006 am 18. Jänner wird Rocco Rafael, Sohn von Laetizia Riedel-Röthlisberger, als 12. Riedel Generation geboren.