



Presseinformation

Liaison von Ästhetik und Sinnlichkeit

Alle Kollektionen der Triumph International Spiesshofer & Braun KG sind nach OEKO-TEX® Standard 100 zertifiziert

10.12.2012 | 2095-DE

Was vor 125 Jahren als bescheidene Korsettwaren-Manufaktur in einer kleinen Scheune im württembergischen Heubach begann, hat sich sehr erfolgreich zu einem der weltweit führenden Hersteller von Lingerie und Unterbekleidung entwickelt. Damals wie heute stehen für die traditionell inhabergeführte Triumph International Spiesshofer & Braun KG mit Sitz im schweizerischen Bad Zurzach die Bedürfnisse ihrer Kundinnen und Kunden an oberster Stelle. Diesen kommt das Unternehmen mit einer innovationsbetonten Produktpolitik, gekoppelt an höchste Ansprüche an Material und Verarbeitung und gebündelt unter einem starken Markenauftritt entgegen. Dabei erfüllen alle Kollektionen die human-ökologischen Anforderungen des OEKO-TEX® Standards 100.

Eine globale Erfolgsgeschichte

Der Weltkonzern mit der markanten Krone im Logo ist aktuell in mehr als 120 Ländern rund um den Globus vertreten. Triumph International gehört zu den weltweit größten Herstellern von Lingerie, Unterwäsche, Nachtwäsche und Bademoden. Das Unternehmen beschäftigt insgesamt rund 36.400 Mitarbeiter, davon rund 18.000 an insgesamt 16 Produktionsstandorten in Österreich, Ungarn, Portugal, Marokko, Vietnam, Thailand, Indien, China und Brasilien. Mit seinen Hauptmarken Triumph®, sloggi®, Valisère® und HOM® (sowie in Deutschland zudem mit der jungen Damenwäschemarke BeeDees®) beliefert Triumph mittels mehr als 45 nationalen Vertriebsgesellschaften rund 40.000 Kunden im Einzelhandel wie beispielsweise die Galleries Lafayette (F), La Rinascente (I), Aeon and Soho Groups (JA), Breuninger (D) und Zalando mit hochwertiger Damen- und Herrenwäsche. Über 2.100 eigene bzw. Franchise- und Partner-Stores weltweit werden die Wäsche-Kollektionen zudem unter dem Namen Triumph International direkt an die Frau bzw. den Mann gebracht. Die wichtigsten Absatzmärkte für Triumph sind dabei Deutschland, Italien, Frankreich, Japan, China und das Vereinigte Königreich.

Bescheidene Anfänge

In einer Scheune im schwäbischen Heubach legten Johann Gottfried Spiesshofer und Michael Braun vor 125 Jahren den Grundstein für das heutige Unternehmen. Die beiden Gründerväter nahmen mit einer klassischen Korsettwaren-Manufaktur, in der es sechs Nähmaschinen und sechs Beschäftigte gab, den Betrieb auf. Die damalige „Leibwäsche“ bestand vor allem aus schnürbaren Korsetts und funktionellen

Strumpfgürteln. Doch schon zur Jahrhundertwende bestimmte das Korsett, beeinflusst durch sich wandelnde gesellschaftliche Konventionen, nicht mehr den Zeitgeist. Das Unternehmen begegnete den Erwartungen der neuen Zeit mit bequemeren, zeitgemäßen Modellen, die dem Körper mehr Freiraum ließen. Im Jahr 1902 erfolgte mit Blick auf das sich anbahnende Exportgeschäft die Eintragung von Triumph als Warenzeichen. Bereits zu dieser Zeit war den Gründervätern bewusst, dass die Unterwäsche genau wie die Oberbekleidung als Synonym für ein individuelles Lebensgefühl einem ständigen Wandel unterliegt. Für Dieter Braun, Partner und Geschäftsführer i.R., stellt diese frühe Erkenntnis das Schlüsselement für den Unternehmenserfolg dar: „Damals wie heute standen für Triumph die Bedürfnisse der Kundinnen und Kunden an oberster Stelle. Deshalb setzen wir schon immer auf Kollektionen, die zum jeweiligen Stand der Zeit gleichermaßen höchsten Ansprüchen an Material und Verarbeitung, einen optimalen Tragekomfort und modischen Aspekten gerecht werden.“

Frühe Internationalisierung

1933 gründete Triumph im Dreiländereck bei Zurzach in der Schweiz eine weitere Produktionsstätte und verlegte – im Hinblick auf die international ausgerichtete Firmenphilosophie – den Sitz der Familienholding in das neutrale Land. Nach Kriegsende entwickelte sich das Unternehmen durch die erfolgreiche Expansion in europäische Länder rasant weiter. 1953 wurde der Firmenname ergänzt in „Triumph International“. Auch bei seiner globalen Expansion bewies Triumph schon früh unternehmerischen Weitblick: bereits 1960 richtete das Unternehmen eine Niederlassung in Hong Kong ein, um die Bedürfnisse der weiblichen Kunden in Asien optimal bedienen zu können. Durch die konsequente Anpassung der Wäschekreationen an den Körperbau und die Tragegewohnheiten der Asiatinnen eroberte Triumph International schrittweise die Märkte in Malaysia, Singapur, Taiwan, Thailand, China, Sri Lanka, Vietnam, Indien und auf den Philippinen. Das Unternehmen folgte dem Prinzip der Dezentralisierung – die internationale Marke wurde je nach Land und Region lokal vermarktet und falls möglich, auch direkt vor Ort produziert. Dieter Braun erläutert: „Unsere Mission ist es, Frauen und Männern jeden Alters und jeglicher Nationalität perfekt auf sie abgestimmte Wäsche-Modelle anbieten zu können. Geographische Vorlieben und Gegebenheiten, beispielsweise bezüglich der Passform, können wir dabei genauso berücksichtigen wie individuelle Geschmäcker hinsichtlich Farbgebung oder Material. Ob sportlich, funktional oder verführerisch mit Spitze – Triumph International bietet für alle Ansprüche faszinierende Produkte.“

Textiles Vertrauen – das Plus an Sicherheit

Das gesamte Sortiment von Triumph International ist auf Schadstoffe geprüft und entspricht den human-ökologischen Anforderungen des OEKO-TEX® Standards 100. Erste erfolgreiche Zertifizierungen erfolgten bereits im Jahre 1993 kurz nach der Gründung des OEKO-TEX® Standards 100. Für Hans-Peter Grosch, Senior Department Head Raw Material Management bei Triumph, ist diese zusätzliche Produktsicherheit von großer Bedeutung: „Gerade im sensiblen Bereich von Lingerie, Unterwäsche, Nachtwäsche und Bademoden, die immer hautnah und üblicherweise über viele Stunden getragen wird, ist es wichtig, dass schädliche Inhaltsstoffe schon im



Vorfeld konsequent ausgeschlossen werden. Unsere Kundinnen und Kunden tragen ihr Vertrauen in unsere Produkte ja direkt auf der Haut.“

Ein umfassendes und für alle Produktionsstätten gültiges Qualitätsmanagement-System gewährleistet durch einschlägige Kontrollen der eingesetzten Materialien vom Zeitpunkt der Entwicklung bis zur Verpackung die Einhaltung der OEKO-TEX® Prüfkriterien. Diese Kontrollen werden vorwiegend durch eigene aber auch durch externe Labors durchgeführt. Die gesamten Prüfwerte werden hinterlegt und lassen sich anhand des im Wäschezeichen hinterlegten Codes abfragen und nachverfolgen.

Besonderen Wert legt Triumph darüber hinaus auf ein unternehmerisch verantwortungsvolles Handeln im Sinne von Umweltschutz, Nachhaltigkeit und sozialen Arbeitsbedingungen. Dafür koordiniert eine eigens implementierte Abteilung global alle erforderlichen Maßnahmen, die zur Verbesserung und zum Fortschritt in diesen Bereichen an den jeweiligen Standorten beitragen. Umweltschutzmaßnahmen kommen regelmäßig auf den Prüfstand, gewonnene Erkenntnisse können auf diese Weise zügig umgesetzt werden – beispielsweise, wie das Unternehmen Verpackungsmaterialien einsparen oder vermeiden kann. Triumph International ist zudem bestrebt, CO₂-Emissionen an seinen Produktionsstandorten so weit wie möglich zu verringern.

Traditionsgemäß legt man im Unternehmen großen Wert darauf, in den Produktionsbetrieben gute Arbeitsbedingungen sicherzustellen und die Anforderungen des firmeneigenen Code of Conduct sowie der üblichen Sozialstandards zu erfüllen.. Ebenfalls eingeführt wurde ein Programm zur Überprüfung von Drittlieferanten, das die strikte Einhaltung der festgelegten Vorgaben verlangt. Diese werden durch externe Audits eines spezialisierten Anbieters regelmäßig überprüft. Ursula von Gunten, CSR Manager, bekräftigt: „Als globales Unternehmen müssen wir verantwortungsbewusst gegenüber unserer Umwelt, unseren Mitarbeitern und unseren Kunden handeln. Nur auf diese Weise können wir kommenden Generationen etwas hinterlassen, auf das wir stolz sein können.“

Kontakt:

Triumph International Spiesshofer & Braun KG
Promenadenstraße 24
5330 Bad Zurzach/ Kanton Aargau
Schweiz
Mail: infoline@triumph.com
Internet: www.triumph.com

Triumph 

Der Weltkonzern mit der markanten Krone im Markenlogo ist heute rund um den Globus in über 120 Ländern vertreten.



In einer Scheune legten Johann Gottfried Spiesshofer und Michael Braun vor 125 Jahren den Grundstein für den heutigen Weltkonzern. Die beiden Gründerväter nahmen mit einer klassischen Korsettwaren-Manufaktur bestehend aus sechs Nähmaschinen und sechs Angestellten den Betrieb auf.



Das Unternehmen beschäftigt insgesamt rund 36.400 Mitarbeiter, davon rund 18.000 an insgesamt 16 Produktionsstandorten in Österreich, Ungarn, Portugal, Marokko, Vietnam, Thailand, Indien, China und Brasilien.



Triumph International gehört zu den weltweit größten Herstellern von Lingerie, Unterwäsche, Nachtwäsche und Bademoden.



Für die traditionell inhabergeführte Triumph International Spiesshofer & Braun KG mit Sitz im schweizerischen Bad Zurzach kommen die Bedürfnisse ihrer Kundinnen und Kunden an oberster Stelle. Diesen kommt das Unternehmen mit einer innovationsbetonten Produktpolitik, gekoppelt an höchste Ansprüche an Material und Verarbeitung und gebündelt unter einem starken Markenauftritt entgegen.



Triumph International setzt auf Kollektionen, die gleichermaßen höchsten Ansprüchen an Material und Verarbeitung, einen optimalen Tragekomfort und modischen Aspekten und Trends gerecht werden.