

Dessous ist Tr(i)umph! – Interview mit Stephan Wölfer

München, 25.06.2014 – **Seit 1886 gilt die Triumph International AG als Branchenführer zwischen Tradition und Innovation. Doch was steckt hinter dem Erfolg? Am 25.11. lässt Stephan Wölfer, Mitglied des Vorstandes, beim 5. Deutschen Innovations- und Querdenker-Kongress die Hüllen fallen.**

Hand aufs Herz: Chef eines Damenwäsche-Unternehmens – ein Traumjob?

Definitiv ist es ein Traumjob! Im Tagesgeschäft vergisst man stellenweise, mit welchen emotionalen Themen wir uns beschäftigen dürfen. Wenn man aber die Gelegenheit hat, direktes Feedback von Kundinnen zu bekommen, die zum Beispiel nach jahrelanger Suche endlich den perfekt sitzenden BH bei Triumph gefunden haben oder noch heute wissen, wie ihr erster BH aussah, dann merkt man erst, wie dieses Thema die Frauen da draußen beschäftigt und wie man ein Stück weit zu diesen Erfahrungen oder Erlebnissen beitragen kann.

Welche Innovationen machen Triumph erfolgreich?

Triumph war immer getrieben durch Innovationen in verschiedenen Bereichen und ist es bis heute. Ende der 30er Jahre konnte Triumph das erste trägerlose Korsett anbieten. 1967 führten wir als erster Miederhersteller das Moldingverfahren für nahtlose Cups ein – dies sind nur zwei Beispiele aus der Vergangenheit, die zeigen, wie wir kontinuierlich mit Innovationen an unseren Produkten gearbeitet haben. Und auch in 2014 kommen wir in der Herbst-/Winter-Saison mit einer völlig neuen Verarbeitungstechnik, dem Magic Wire. Hier setzen wir einen Silikonbügel ein, der ins Pad eingearbeitet ist. BHs mit dieser Technologie bieten den Halt eines Bügel-BHs und den Tragekomfort eines BHs ohne Bügel. Wir sind sehr stolz auf diese Innovation.

Was bedeutet Querdenken für Sie?

Ein Querdenker ist für mich jemand, der zum Einen sehr kreativ ist – Stichwort "think out of the box" –, zeitgleich aber nach wirklichen Lösungsansätzen sucht. Hier ist er eher kompromisslos, denn ein "Nein" oder "das geht nicht" akzeptiert er nicht. Dennoch bleibt er nicht bei unrealistischen Ansätzen, die ihm zum Einstieg in das jeweilige Thema helfen. Am Ende seines Denkprozess oder Brainstormings findet der Querdenker dann eine Lösung, die sowohl anders, aber auch umsetzbar ist.

In welchen kreativen Kopf würden Sie gerne mal schlüpfen?

Wenn ich die Chance dazu hätte, dann würde ich in den Kopf von Peter Ferdinand Drucker schlüpfen wollen. Für mich ist er ein Vor- als auch Querdenker. Mit seinen zahlreichen und einflussreichen Werken war er Pionier im Bereich der Managementlehre, der im besten Sinne Zukunftsentwicklungen voraussah. Er hat wie kein anderer die Ansichten über Führung in der modernen Zeit geprägt.

Wer vorwärts kommen will,
muss auch mal rückwärts denken!



Presse – Denkkzettel

QUERDENKER-Club

Mit über 320.000 interdisziplinären Entscheidern und kreativen Köpfen hat sich der QUERDENKER-Club in nur fünf Jahren zu einer der führenden Open-Innovation- und Crowdsourcing-Plattformen im deutschsprachigen Raum entwickelt. On- und Offline beschäftigen sich die Mitglieder mit Innovationsthemen wie IdeaChallenges, InnovationSpaces oder Design Thinking. Oder bei Veranstaltungen wie dem Deutschen Innovations- & Querdenker-Kongress, bei dem mehr als 400 Entscheider gemeinsam die Zukunft neu denken.

Der Abdruck von Text und Bildern – mit dem Bildnachweis "Querdenker" – ist honorarfrei.
Über zwei Belegexemplare freuen wir uns. Bitte senden Sie diese an:

Juliane Säger

Tel.: 089 / 12 23 89 - 480

Fax: 089 / 12 23 89 - 200

E-Mail: j.saeger@querdenker.de

www.querdenker.de

