

STEIGER PARTICIPATIONS SA

# Gestärkt aus der Krise hervorgehen

Im Rahmen des Prix Sommet 2021 stellt sich die Steiger Participations SA der Herausforderung, gestärkt aus der Krise hervorzugehen. Mit Unterstützung der UBS bewegt sich der Hersteller von industriellen Strickmaschinen in Richtung B2C.



Von links nach rechts Pierre-Yves Bonvin, Nathalie Guinnard, Challenger Steiger Participations SA; Jean-Marc Rüeger, Coach des Prix Sommet, Christopher O'Connell, UBS.

**YANNICK BARILLON**

Dies ist ein grosser Paradigmenwechsel. In 75 Jahren hat sich die Steiger Participations SA zum Weltmarktführer für Strickwaren entwickelt, und zwar nicht nur im Bereich der gehobenen Mode, sondern auch in medizinischen und orthopädischen Anwendungen. Das Unternehmen mit Sitz in Vionnaz hat beschlossen, zum ersten Mal überhaupt in den B2C-Markt einzusteigen. Es hat die Krise dazu genutzt, seine Kompetenzen und sein industrielles Know-how in den Dienst der Endverbraucher zu stellen. Christopher O'Connell, Leiter des Firmenkundengeschäfts von UBS im französischsprachigen Wallis und im Chablais, sagt: «Es handelt sich hier um eine parallele Entwicklung eines neuen Geschäftsmodells bei gleichzeitiger Beibehaltung des

Kerngeschäfts. Die Rolle der UBS beim Prix Sommet besteht darin, den weltbesten Stricker beim Wiederaufbau eines textilen Ökosystems in der Schweiz gestützt auf sein Know-how und seine hochmoderneren Strickmaschinen, zu begleiten.»

**Stärken nutzen und ausbauen**

Der Absatz und der Export von Steiger-Strickmaschinen sind durch die Corona-Krise stark beeinträchtigt. CEO Pierre-Yves Bonvin weist darauf hin, dass dies nicht die erste Krise sei, mit der sich das Unternehmen konfrontiert sehe. «Das Wichtigste ist, die Gelegenheit zu ergreifen, sich selbst jedes Mal aufs Neue zu hinterfragen, um wieder auf die Beine zu kommen.» Zunächst reagierte das Unternehmen auf einen Mangel an Masken, indem es eigens produzierte Schutzmasken anbot. Man beschloss, diese direkt auf dem lokalen Markt zu verkaufen. Das war der Beginn einer Anpassung des Geschäftsmodells in Richtung B2C. Christopher O'Connell analysiert: «Diese Risikobereitschaft hat sich gelohnt, dennoch mussten die getätigten Überlegungen noch verfeinert werden, um die künftige Nachfrage und die Bedürfnisse des Endkunden zu ermitteln.» In Zusammenarbeit mit Coach Jean-Marc Rüeger kam man zum Schluss, dass das Unternehmen keine eigene Marke kreieren sollte, da dies zu komplex und zu teuer gewesen wäre.

**Produkte «made by Steiger» entwickeln**

Die neue Herausforderung besteht darin, ein nachhaltiges, lokales und zu 100 Prozent schweizerisches Produkt zu entwickeln, mit Hilfe von vorhandenem Know-how und in Zusammenarbeit mit den

lokalen Akteuren. Christopher O'Connell präzisiert: «Die Idee ist, mit Modedesignern zusammenzuarbeiten, ihnen mit Fachwissen über das Stricken zur Seite zu stehen und damit ein einzigartiges Produkt mit dem Label 'made by Steiger' zu schaffen.»

Pierre-Yves Bonvin und seine Mitarbeiter haben auf diese Herausforderung dynamisch reagiert und eine neue Wertschöpfungskette für seltene Produkte mit hohem Mehrwert entwickelt. Dank des UBS-Netzwerkes konnte für die Produktion einer limitierten Serie von Stirnbändern und Mützen aus besonders hochwertiger Wolle bereits eine Zusammenarbeit mit dem Oberwalliser Unternehmen «hä?wear» initiiert werden. Diese Wolle stammt von Zermatter Schwarznasenschafen, die Produkte werden auf Steiger-Maschinen in Vionnaz gestrickt, die Etiketten in der Schweiz hergestellt und in der Werkstatt von hä? in Visp von Hand aufgenäht.

Christopher O'Connell lobt die Bemühungen von Steiger, gestärkt aus der Krise hervorzugehen: «Das Unternehmen hat es gewagt, proaktiv und flexibel zu sein. Es hat seine Komfortzone verlassen, um über die B2B-Vermarktung hinauszugehen und vielversprechende neue Märkte in der Schweiz zu erschliessen.» Ab Anfang November werden die Mützen und Stirnbänder «made by Steiger» in der Schweiz über das gesamte hä?-Vertriebsnetz und auf der Internetseite der Steiger Participation SA erhältlich sein. Ein Modell, das mit Handelspartnern, die von der handwerklichen Qualität und der Langlebigkeit der in Vionnaz gestrickten Produkte überzeugt sind, auch auf Europa ausgedehnt werden könnte. ■

«Dieses Projekt beweist die Fähigkeit des Unternehmers, mit grosser Gewandtheit seine Komfortzone zu verlassen. Ich ermutige die Betriebe, sich etwas zu trauen.»

**CHRISTOPHER O'CONNELL**  
Leiter des Firmenkundengeschäfts von UBS im französischsprachigen Wallis und im Chablais



**STEIGER PARTICIPATIONS SA**

STECKBRIEF



**DIE DNA**

Die Steiger Participations SA ist seit 75 Jahren in der Entwicklung, Produktion und im Vertrieb von industriellen Flachstrickmaschinen tätig. Das Unternehmen hat seinen Sitz in Vionnaz und verfügt über eine Produktionsstätte in China. Steiger hat sich in der Mode auf Maschinen für den High-End-Bereich spezialisiert und ist heute weltweit führend in medizinischen und orthopädischen Anwendungen. ■

**DIE HERAUSFORDERUNG**

Die Krise hat den Verkauf von Strickmaschinen auf dem Weltmarkt verlangsamt. Um die Produktion in der Schweiz aufrechtzuerhalten, hat sich die Steiger Participations SA der Herausforderung gestellt, zum ersten Mal B2C-Produkte «made by Steiger» in Zusammenarbeit mit lokalen Designern zu kreieren, nachhaltig und zu 100 Prozent schweizerisch. Ab Anfang November wird man eine Reihe von Mützen und Stirnbändern in Zusammenarbeit mit der Oberwalliser Marke hä? anbieten. ■

In Zahlen

**100**

Mitarbeiter in der Schweiz und in China

**1500**

Maschinen in Europa im Einsatz

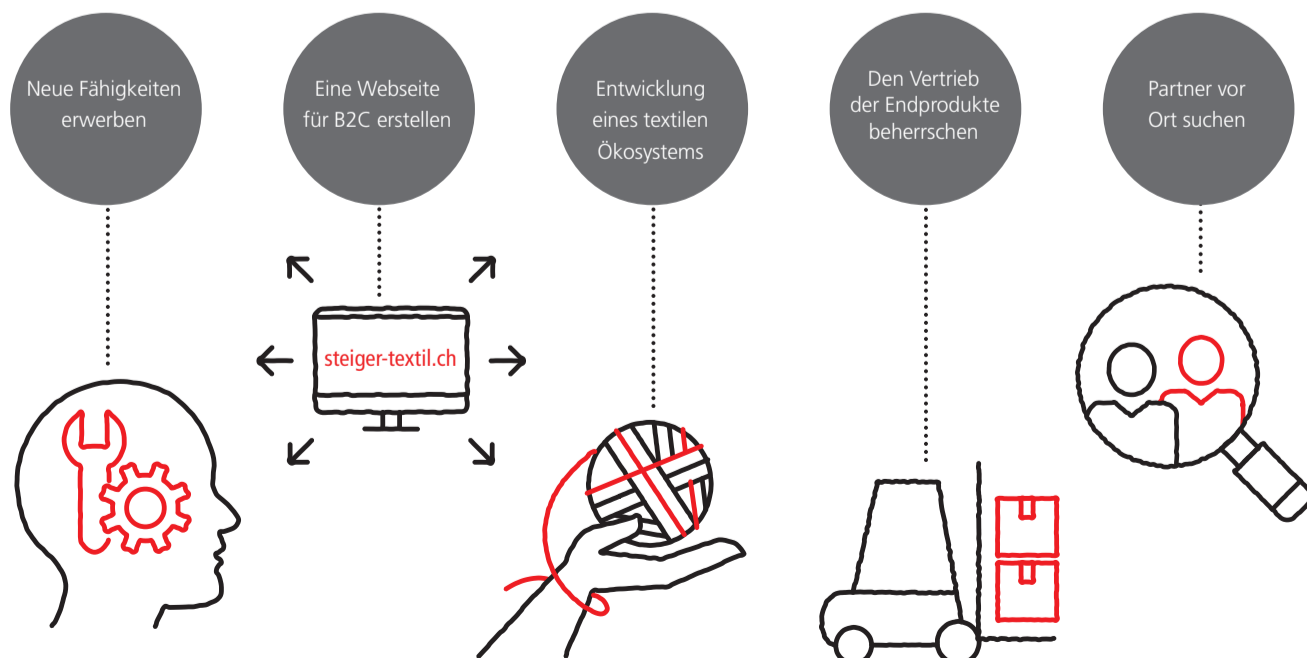
**39 500**

Teile für eine Flachstrickmaschine

«In jeder Krise lernen wir, Chancen zu ergreifen, neue Dinge in Angriff zu nehmen, die mit unserem Fachwissen und unseren Ressourcen vereinbar sind.»

PIERRE-YVES BONVIN CEO der Steiger Participations SA

**DIE PLÄNE DER STEIGER PARTICIPATIONS SA ZUR ÜBERWINDUNG DER KRISE**



**NÄCHSTER TERMIN**

Verleihung des Prix Sommet 2021 live auf Kanal9 am **Donnerstag, 25. November 2021**, von 20 bis 21 Uhr.