

Ulrich Etiketten sieht sich nach neuen Märkten um



Vertriebschefin Karin Ulrich startet auf neuem Exportmarkt und mit Onlinegeschäft / Bild: WB/Peroutka

[Mehr](#)

In Osteuropa sorgt Billigkonkurrenz für rückläufige Geschäfte. Daher orientiert sich das Familienunternehmen stärker Richtung Westen und startet am holländischen Markt.

Wien. In der Etikettenbranche ist der Preisdruck härter geworden - allen voran in Osteuropa. Aus diesem Grund verstärkt das Wiener Familienunternehmen Ulrich Etiketten seine Exportanstrengungen im Westen. Großes Potenzial erhofft man sich dabei in Deutschland sowie in den Niederlanden.

„Deutschland ist jetzt schon unser mit Abstand größter Exportmarkt und er wächst weiter“, sagt Karin Ulrich, Marketing- und Vertriebschefin des Unternehmens, das heuer sein 145-jähriges Bestehen feiert. In den Niederlanden stecke man zwar „noch in den Kinderschuhen“, aber auch dieser Markt verspricht Ulrich zufolge Wachstum. Nicht so hingegen Osteuropa: „Wir haben dort vor einigen Jahren noch gute Geschäfte gemacht, aber der Wettbewerb aus Polen und Tschechien hat stark aufgeholt. Der osteuropäische Markt ist zum reinen Preiskampf geworden“, sagt Ulrich. Einzig Ungarn läuft aufgrund des dortigen Großkunden Henkel noch gut.

Umsatz stabil

Die Jahre der zweistelligen Zuwächse sind Ulrich zufolge seit der Finanzkrise 2008/09 ohnehin vorbei. „In Zeiten wie diesen sind wir stolz darauf, unseren Umsatz halten zu können“, sagt Ulrich, deren Mann Karl die Geschäftsführung des Familienunternehmens im Vorjahr an die fünfte Generation, Sohn Florian und Neffen Rainer Ulrich, übergeben hat.

Neue Zielgruppe

Zuletzt setzte das Unternehmen aus Wien-Strebersdorf mit rund 190 Mitarbeitern 29 Millionen € um. Knapp ein Viertel davon steuert das Exportgeschäft bei. In Österreich ist Ulrich Etiketten im Bereich Selbstklebe-Etiketten laut Eigenangaben Marktführer (siehe Kasten). Um hierzulande neuen Umsatz zu generieren, hat man nun einen Onlineshop eröffnet. Dieser soll gänzlich neue Zielgruppen ansprechen. „Wir wenden uns hier an kleinere Betriebe, Direktvermarkter von Marmeladen, selbst gebackenem Brot und Ähnlichem oder auch Privatkunden, die im Onlineshop direkt bestellen und auch den Preis dort errechnen können“, sagt Ulrich. Die grafische Gestaltung müssen sie allerdings selbst mitbringen. Im herkömmlichen Etikettengeschäft werden rund 55 Prozent des Geschäfts mit Kunden aus dem Bereich Lebensmittel und Getränke gemacht, gefolgt von der Pharmabranche. Letzterer Bereich sei wachsend, wiederum vor allem in Deutschland.