

DRUCKEREI

Ulrich Etiketten baut
Maschinenpark aus

FLORIDSDORF. Ulrich Etiketten investiert weiter in seine Anlagen, um das steigende Geschäftsvolumen zu bewältigen. In diesem Jahr wurden bereits drei Schneidemaschinen angeschafft. Darüber hinaus ist der Kauf einer Konfektioniermaschine mit integrierten Veredelungsstationen geplant, sagt Florian Ulrich, Co-Geschäftsführer des Familienbetriebs in fünfter Generation.

Der Kaufpreis für die drei Schneidemaschinen, von denen zwei bereits in Betrieb genommen wurden, wird von Ulrich mit 360.000 € angegeben. Die Schneidemaschinen sind mit einer 100-Prozent-Kamerakontrolle ausgestattet und garantieren laut Ulrich eine Null-Fehler-Produktion.

Mit dem Kauf der zusätzlichen Konfektioniermaschine – insgesamt besitzt das Unternehmen 13 – wird der Betrieb auch in diesem Jahr den langjährigen Investitionsschnitt wieder erreichen.

„Unser Unternehmen investiert jährlich durchschnittlich eine Million €“, so Ulrich.

Umsatzwachstum

Im vergangenen Jahr stieg der Umsatz des Unternehmens um vier Prozent und liegt nun bei 33 Millionen €. Gerade der Digitaldruckbereich hat dabei mit einem Anstieg von 25 Prozent einen starken Beitrag zum Wachstum des Unternehmens geleistet. Nicht zuletzt deshalb hat man im Sommer 2015 mit dem Kauf einer dritten Digitaldruckanlage für rund eine Million € die Kapazitäten in diesem Bereich um ein Drittel erhöht. Ein ganz wichtiger Grund für die Investition in die neue Digitaldruckmaschine liegt dabei im Trend zur Produktvielfalt mit unterschiedlichen Kennzeichnungen und damit kleineren Auflagengrößen, erklärt Ulrich.

Erfolgreich im Ausland

2015 stiegen die Exportumsätze um mehr als ein Drittel, die Exportquote lag bei 31 Prozent. Auch im ersten Halbjahr 2016 konnte der Exportumsatz erneut um acht Prozent gegenüber dem vergangenen Jahr gesteigert werden. Dabei hat das Unternehmen keine speziellen Aktivitäten entwickelt, um das Exportwachstum weiter zu steigern: „Wir sind mit unseren bestehenden Kunden mitgewachsen“, sagt Ulrich.

Gerade in Deutschland, dem größten Auslandsmarkt des Unternehmens, kommt Ulrich Etiketten seine mittlere Größe (200 Mitarbeiter) zugute. „In Deutschland findet derzeit eine Marktkonsolidierung statt, in der die kleinen Druckereibetriebe von den Großen übernommen werden“, erläutert Ulrich. „Unsere mittlere Größe hilft uns in dieser Situation.“ Einerseits könne man damit noch flexibel auf Kundenwünsche reagieren und andererseits trotzdem Skaleneffekte erzielen. [sec]



Florian Ulrich, Co-Geschäftsführer von Ulrich Etiketten.

» wien@wirtschaftsblatt.at

PORTRÄT

Querdenker mit Hang
zum Aufräumen

Markus Gull ist seit Juni Präsident der Julius-Raab-Stiftung.

INNERE STADT. Werbung, Marketing, PR, nationale und internationale Produkt- und Markeneinführungen – es gibt nichts, was Markus Gull im Werbebusiness



ausgelassen hat. Dabei ist der Eigentümer der Gull+Company GmbH für seinen Innovationsgeist über die Landesgrenzen hinaus bekannt – mit ein Grund, weshalb er im Juni zum Präsidenten der Julius-Raab-Stiftung gewählt wurde, wo er bisher als Stiftungsrat tätig war. „Er ist ein Vor- und Querdenker und einer, der für die Selbstständigkeit lebt“, sagt Ferdinand Maier, Vizepräsident des ÖVP-Think-Tanks, über den Markenexperten.

Gull will sich dafür einsetzen, das kreative Potenzial in Österreich zu fördern. „In der wirtschaftlichen Dynamik hat Österreich einiges nachzuholen“, sagt er und bezieht sich damit vor allem auf die Digitalisierung, die auch in seinem Brotberuf den Takt vorgibt. Den bürokratischen Hürden für Unternehmer sagt er den Kampf an: „Wir müssen hier auf- und aufräumen.“

Schon in den 90ern engagierte sich der aus Salzburg stammende Kreative politisch als Landesgeschäftsführer der Jungen ÖVP in Salzburg. Politiker sei er aber nie gewesen und werde er nie sein.

Gull gilt als Arbeitstier, ob er von sich selbst sagt: „Ich bin kein Workaholic, der den ganzen Tag hinter dem Schreibtisch pickt.“ 1992 hat er mit Alois Grill die Salzburger Werbeagentur Grill+Gull gegründet und in halb kürzester Zeit einen guten Etat nach dem anderen angezogen. 1996 stieg er gemeinsam mit Grill bei der internationalen Werbeagentur J. Walter Thoma in Wien ein.

Auszeit von der Werbung

Ende der 90er zog er sich aus der Branche zurück und widmete sich als Autor von Büchern, Drehchern und Musicals dem Schreiben – mit Erfolg. Doch schon kreuzte die Werbung wieder seinen Weg: 2007 klopfte die Kette Hofer bei ihm an und um Hilfe bei der Markenentwicklung von „Zurück zum Ursprung“. „Ich hatte über Nachmittage Riesenetats am Tisch“, erzählt Gull, der anlässlich dieses Erfolgs die Agentur Gull+Company gründete, mit der er heute in Wien und New York internationalen Kunden betreut.

Trotzdem ist er auf dem Markt geblieben. Aktuell beschäftigt er nur eine Mitarbeiterin, die stemmt seine Aufträge zum Teil mit Freelancern – ein Arbeitsstil, den er schon früher geübt hatte. Im Vorjahr setzte er eine Million € um.

» wien@wirtschaftsblatt.at