

## Ballograf-Cupa

# Satte Zuwachsraten nach Neustart

Die Ballograf-Erlöse ziehen nach Neuauflistung deutlich an. „Es war ein untypisches Geschäftsjahr für uns, da wir erst seit 2010 wieder eigenständig operieren. Trotzdem hat der Markt diese Entscheidung positiv aufgenommen“, so Ballograf-Cupa GF Thomas Megeth gegenüber REGAL. Konzernweit seien so die Umsätze um 72 Prozent auf 5.4 Millionen Euro in die Höhe geschneit. 2011 soll die 6.0 Millionen Euro Marke geknackt werden. „Wir haben uns ein Konzern-Plus von rund elf Prozent vorgenommen, das zusätzlich darüber hinaus budgetierte Ziel für Österreich liegt bei 32 Prozent“, so Megeth weiter.

Vor allem im Fachhandel konnte Ballograf zuletzt zweistellig wachsen. Potenziale lokalisiert das Unternehmen aber auch im LEH und DFH. „So konnten wir etwa Listungen bei einer deutschen Drogeriekette erreichen. Künftig wer-

den die Ballograf-Schreibgeräte in all ihren österreichischen Filialen erhältlich sein“, so Megeth. Auch eine Listung bei den österreichischen Post Shops stehe kurz bevor.

### Potenziale im LEH.

Zudem laufen die Geschäfte auch im LEH an. „Leider wird Produkten der PBS-Branche allgemein im LEH immer weniger Platz eingeräumt. Umso mehr freuen wir uns über positive Signale, wie etwa der Back To School-Listung bei Spar.“ Im C&C-Bereich konnten Partnerschaften mit Metro und Hausmann weitergeführt werden.

**Umsatzmotoren.** Der wesentlichste Umsatzmotor im abgelaufenen



Thomas Megeth, Country-Manager

Geschäftsjahr war für Ballograf der Werbeartikel-Bereich. „Produktseitig war der klassische Ballograf Epoca Chrom sehr erfolgreich. Das wir auf die Druckmechanik der Ballograf-Stifte eine lebenslange Garantie geben, war den Konsumenten ebenfalls sehr wichtig“, so Megeth gegenüber REGAL.

**Neue Produkte.** 2011 will Ballograf auch die Innovationsmaschinerie anwerfen. So kommt der Ballograf Rondo Fun/Epoca Fun Collections und der Epoca Grip mit gummierter Griffzone in die Regale. „Für den Mass Market werden wir in den nächsten Wochen einen Packungs-Relaunch präsentieren“, so der Geschäftsführer weiter.



Geschäftsführer Franz Schweighofer

## Toys“R“us

# Neue Flächen in der Pipeline

Die Spielwarenketten Toys“R“us bringt ihre Flotte in Schung. Der Standort in Simmering wurde 2010 an der A4-

Autobahnabfahrt neu errichtet. Die Flächen in Haid und Graz auf das neue Konzept umgestellt. „Bei allen drei Geschäften sind nun unsere zwei Fachmärkte – Babies“R“us und Toys“R“us – unter einem Dach vereint. Der Invest betrug pro Standort mehr als eine Million Euro“, so Toys“R“us Geschäftsführer Franz Schweighofer gegenüber

REGAL. Umbauten, die sich auch in den Erlösen bereits stark niedergeschlagen haben. „Wir haben bei gleichbleibender Anzahl von Filialen den Umsatz deutlich steigern können und somit weitere Marktanteile gewonnen“, so Schweighofer.

2011 will Toys“R“us zudem die Expansionsmotoren anwerfen. „Wir sind in zwei Standorten Wien West und Gerasdorf in Verhandlung. Einer könnte sich eventuell noch in 2011 ausgehen, ist aber realistischer in 2012“, so Schweighofer. Grundsätzlich ortet der Geschäftsführer noch weiße Flecken im Großraum Wien. „Hier insbesondere in der Stadt selbst.“ Auch zwischen Salzburg und Haid, in der Oststeiermark und Mittelburgen-

land sowie im Umkreis Steyr und Wels sei noch Potenzial gegeben. Drei Größenkonzepte hat die Spielwarenketten dabei im Repertoire: 1.600 m<sup>2</sup>, 2.200 m<sup>2</sup> und 3.000 m<sup>2</sup>. „In allen drei Konzepten lässt sich ein sehr breites Sortiment darstellen, allerdings ist mit dem größten Markt natürlich am besten unsere Kompetenz mit Babies“R“us und Toys“R“us beweisbar.“

Produktseitig waren 2010 Lego, Playmobil als gesamte Produktgruppe, Beyblades und Ravensburger Puzzle die wesentlichsten Hotseller. „Starke Marken sind für uns, wie auch für den gesamten Spielwarenhandel sehr wichtig, zumal die Markenaffinität von Kindern besonders hoch ist.“