

Ballograf

Neue Chancen im DFH

2014 erwirtschaftete Ballograf AB mit seinem lokalen Markt einen Umsatz von neun Millionen Euro. Die ausgelagerten externen Ballograf-Erlöse (inklusive Österreich) stiegen um weitere 3,5 Prozent. „Auch 2015 konnten wir trotz Turbulenzen in der gesamten Weltwirtschaft um 3,5 Prozent zulegen. Das lag leicht über den Zielen für 2015“, so Ballograf-Cupa Geschäftsführer Thomas Megeth.

Die Entwicklung hierzulande lag dank diverser Listungs-Ausweitungen geringfügig über den internationalen Ergebnissen. „So konnten wir bei Müller Drogerien oder Libro massiv an Regalplätzen gewinnen.“ Gerade im DFH-Bereich gäbe es noch Steigerungspotenzial. „Das C&C-Segment ist eher durch Konsolidierung geprägt.“ Wachstumschancen zeich-

nen sich auch im Markenartikel-Bereich ab. „Wir rechnen daher mit stärkerem Wachstum durch Werbekugelschreiber sowie bedruckten Schreibgeräten.“

Insgesamt bearbeitet das Unternehmen insgesamt 45 Länder. „Österreich ist eine der führenden Niederlassungen weltweit. Dementsprechend aktiv wirken wir auch in der Sortimentspolitik mit“, so Megeth. So produzierte das Unternehmen unter dem Motto „Frankreich wir kommen“ die Stifte der österreichischen Fußball-Nationalmannschaft.

Im Fokus bleibt etwa der Rondo Soft Druckkugelschreiber. Bei diesem Produkt wurden sämtliche Verpackungen auf einheitliche, moderne cremeweiße und umweltfreundliche Kartons umgestellt. „Eine wichtige Rolle spielen dabei



CEO Thomas Megeth (Ballograf Austria/Germany – CUPA GmbH)

auch die neuen Retail Blister mit Hologramm und Funktions-Piktogrammen. Sie sind nun noch stärker gegen Diebstahl gesichert und werden heuer in allen LEH, DFH und C&C-Vertriebslinien eingeführt.“