

ELCO AG – Bei dem KMU in Brugg trifft bodenständiges Handwerk auf modernste Technologie. Innovation ist das Markenzeichen der führenden Anbieterin von Schreibwaren aller Art – immer neue Produkte sowie nachhaltige Lösungen gehören zur Firmenkultur.

Mit neuen Ideen die Nase vorne

Langfristige Visionen, eine starke Innovationskultur, Kontinuität sowie immer wieder nachhaltige Ideen machen die Firmenkultur der Elco AG aus. «Wir haben eine typische KMU-geprägte Unternehmenskultur. Es ist uns wichtig, das Unternehmen schaffen zu lassen und etwas zu bewegen», erklärt CEO Hans-Jörg Aerni. Der offene Geist, der in den Gängen der führenden Anbieterin von Schreibwaren aller Art in der Schweiz herrscht, ist bereits am Empfang spürbar. Dies hängt mit den Mitarbeitern zusammen, welche die Werte wie Zuverlässigkeit, Qualität, Ehrlichkeit und Vertrauen, die das Unternehmen prägen, auch leben. Mit Passion und Präzision gehen sie Neues offensiv und mit Kreativität an. Dabei profitiert der erfolgreiche Familienbetrieb vom grossen Potenzial seiner Mitarbeitenden sowie seiner unternehmensweiten Ressourcen. «Unsere Mitarbeitenden prägen die Ausstrahlung der Marke Elco. Wir wollen die Marke leben und uns mit ihr identifizieren. Nur dann spüren auch unsere Kunden und Konsumenten, dass Worte bei uns Taten sind», betont Aerni. Um den Spirit des Unternehmens zu verankern, sei ein kraftvoller, eigenständiger und emotionaler Markenauftritt erforderlich. Das Geheimnis des Erfolgs ist auch die grosse gestalterische Freiheit der Mitarbeitenden. Dazu Aerni: «Hohe Eigenverantwortung macht kreativ. Viele Mitarbeitende kommen mit Vorschlägen, die dann geprüft und je nachdem umgesetzt werden.» Die Elco AG hat eine über 100jährige Geschichte und entstand aus mehreren Zukäufen, unter anderem aus der Elco Papier AG Allschwil, im Jahre 2006. Ihre Standbeine bestehen aus



BILDER: ANDRÉ ALBRECHT



Immer nachhaltig im Fluss: Innovation und Produktivitätssteigerung gehören zum Alltag der Elco AG. «Nur so bleiben wir wettbewerbsfähig», betont CEO Hans-Jörg Aerni.

der Schreibwarenproduktion sowie den beiden Tochtergesellschaften Swiss Direct Marketing AG und der PP Mailing House SA in Givisiez und neu dem Online-Pionier Flyerline. Zu den Produkten und Dienstleistungen des Unternehmens gehören Couverts, Briefumschläge, Konfektionierungen, Veredelungen, Digital-Druck im Mailingbereich sowie Verpackungen. «Zu unseren Kunden zählen Banken, Versicherungen, Agenturen, die grafische Industrie und Papeteriegeschäfte», sagt Aerni. Die Elco AG ist zudem auch im Export tätig und beliefert

ganz Europa sowie im Speziellen die Oststaaten. «Kunden wollen und sollen von einem erstklassigen Service profitieren», so Aerni. Nebst der Sicherstellung einer einwandfreien Qualität über den ganzen Produktions- und Auftragszyklus seien Zuverlässigkeit und Flexibilität ein Muss. «Oft kommt eine Offerte am Abend und am Morgen muss das Produkt schon beim Kunden sein. Wir müssen mit einem 24-Stunden-Dienst schnell reagieren. Dies bedingt von den Mitarbeitern einen sehr hohen Flexibilitätsgrad», stellt Aerni fest.

Dies sei eine grosse Herausforderung. Der Markt verlange, dass man immer produktiver werde. «Um unseren hohen Standard zu behalten und uns gleichzeitig noch zu verbessern, müssen wir technisch wie auch mit neuen Ideen up to date bleiben. Alles was wir machen ist langfristig ausgelegt – nur so bleiben wir an der Spitze und können auch mit dem Ausland konkurrenzieren», konkretisiert Aerni. Wichtig sei, in die richtige Richtung zu steuern.

Zahlreiche Auszeichnungen

Das Unternehmen generiert jährlich über 90 Millionen Franken, verarbeitet 35 000 Tonnen Papier und verkauft 1,5 Milliarden Produkte pro Jahr. Zahlreiche Auszeichnungen und Preise wie beispielsweise 2004 der Innovationspreis für die Erfindung «Elco Power», 2011 den ISPA Award für das innovativste Produkt «Elco Proclima» und dieses Jahr der Aargauer Unternehmenspreis in der Kategorie Industrie- und Produktionsunternehmen demonstrieren die grosse Kompetenz und Weitsichtigkeit des Unternehmens. Aerni will diese Auszeichnungen nicht an die grosse Glocke hängen: «Diese Preise sind für unsere Mitarbeitende ein Motivationsschub und helfen auch, den Bekanntheitsgrad unserer Marke zu steigern. Uns geht es dabei primär um nachhaltige Arbeit und nicht um das Gewinnen.»

«WIR WOLLEN DIE MARKE LEBEN UND UNS MIT IHR IDENTIFIZIEREN.»

Unter den rund 360 Mitarbeitenden befinden sich 12 Lernende, die in den Berufen KV, Logistiker und Unterhaltsmechaniker ausgebildet werden. Die Lehrlingsausbildung ist gemäss Aerni wichtig für das Wohl der KMU-Wirtschaft. «Einige unserer jungen Berufsleute bleiben im Betrieb. Wichtig ist eine gute Mischung aus jüngeren und älteren, erfahrenen Mitarbeitenden», so der CEO.

Jede Veränderung erkennen

Der Druck in der Branche ist gross. Seit 2012 spürt das Unternehmen die grossen Preisunterschiede in Europa

und reagiert darauf mit der Erhöhung der Arbeitszeiten, Produktionssteigerung und anderen Massnahmen. Dazu Aerni: «Trotz der steigenden Volumen hält der Druck auf die Verkaufspreise weiter an. Die Aufhebungen des Euromindestkurses und gestiegene Rohmaterialpreise haben diesen Druck zusätzlich erhöht. Die Papierhersteller leiden weiter unter einer ungenügenden Ertragslage.» Trotzdem seien keine Investitionen verschoben worden. «Wir haben diese vorgezogen, denn um wettbewerbsfähig zu bleiben, müssen wir auf dem neusten Stand sein», so Aerni. «Unsere Strategie zielt darauf ab, jede Veränderung zu erkennen, jede sich bietende Optimierungsmöglichkeit wahrzunehmen und die Prozesse mit Unterstützung des etablierten ERP/SAP-Systems weiter zu verschlanken.» Ein alltägliches Übel sind die unzähligen Vorschriften, Gesetze und Regulierungen. «Diese immense, unnötige Bürokratie muss sofort gestoppt werden, sonst steht unsere Konkurrenzfähigkeit auf dem Spiel», gibt Aerni zu bedenken.

«WIR MÜSSEN JEDE VERÄNDERUNG ERKENNEN UND JEDE OPTIMIERUNGSMÖGLICHKEIT WAHRNEHMEN.»

Aerni schaut mit viel Respekt in die Zukunft: «Wir müssen und wollen uns weiter entwickeln. Dazu müssen wir die Augen offen halten, Neues aufgreifen und nach unseren Bedürfnissen umsetzen.» Wie sich das wirtschaftliche Umfeld mit dem gegenwärtig tiefen Euro entwickeln werde, sei schwer abzusehen. Doch eines sei sicher: «Die unternehmerischen Herausforderungen bleiben eine Konstante und wir wollen in bestehenden und neuen Geschäftsbereichen Initiative zeigen und zukunftsgerichtet handeln», betont Aerni.

Corinne Remund

DIGITALISIERUNG – Die Elco AG treibt den digitalen Wandel aktiv vorwärts. Dies zeigt unter anderem die Lancierung von «myelco».

Vorreiter in digitalen Märkten

Die digitale Transformation hat schon lange in der Elco AG in Brugg Einzug gehalten. Hochintegrierte ERP-Systeme und modernste Digitaldruck-Technologien in der Produktion sowie ein automatisiertes Hochregallager sind aus dem Arbeitsalltag des Traditionsunternehmens nicht mehr wegzudenken. Ebenso hat sich das Unternehmen im Bereich Online-Shopping eine grosse Kompetenz aufgebaut. So ging beispielsweise vor zwei Jahren mit «myelco» der Online-Shop für selber gestaltete Schreibwaren und Accessoires online. «Es ist wichtig, unseren Kunden alle Arten von Shops zur Verfügung zu stellen. Mit «myelco» setzen wir eine Business-to-Consumer-Strategie um. Ideen für eine Erweiterung des Angebotes sind vorhanden. Diese werden wir vertiefen und deren Umsetzungsmöglichkeiten und Markttauglichkeit evaluieren», betont CEO Hans-Jörg Aerni und ergänzt: «Unsere Produkte sind auf vielen verschiedenen Online-Kanälen erhältlich. Businesskunden bestellen in der Regel nur online.» Dass Elco Vorreiter im Bereich der digitalen Marktplätze ist, demonstriert auch das Elco PartnerNet. Diese digitale Plattform bietet dem Kunden eine einzigartige, internetbasierte Dienstleistung an, mit massgeschnei-

derten Kombinationen aus Produkten für sein Bestellwesen. «Auf Kundenwünsche abgestimmte Lieferungen just-in-time, die von IT-Systemen gesteuert werden, sind inzwischen selbstverständlich und halten die Effizienz hoch», erklärt Aerni.

«WIR MÜSSEN DIE DIGITALISIERUNG ALS CHANCE UND NICHT ALS BEDROHUNG SEHEN.»

Mit der Übernahme der Flyerline Gruppe in Altnau im Mai will das KMU mit seinen beiden Tochtergesellschaften Swiss Direct Marketing AG in Brugg und PP Mailing House SA in Givisiez den digitalen Wandel noch aktiver angehen. Dazu Aerni: «Flyerline Schweiz AG ist einer der Online-Print-Pioniere in der Schweiz.» Sie ist ein in der Schweiz bestens eingeführtes, innovatives Unternehmen, welches massgeschneiderte Web2print-Lösungen, individuelle Drucksachen aller Art, Plakate in allen Formaten, individuell bedruckte Möbel sowie die Entwicklung und Herstellung von Verpackungen und vieles mehr anbietet. Gemäss Aerni ist es für die verschiedenen Firmen überlebenswichtig, sich

mit den neuen Technologien auseinanderzusetzen. «Ich bin überzeugt, die Zukunft besteht aus einer Kombination von herkömmlichen und neuen digitalen Systemen. Dabei ist es wichtig, die Digitalisierung als Chance und nicht als Bedrohung zu sehen, aber auch Bewährtes weiterhin zu fördern und mit den neuen Errungenschaften zu kombinieren.»

Das Büro immer dabei

Gross im Trend ist gemäss Aerni, «das Büro direkt bei sich auf dem Smartphone oder Tablet immer griffbereit zu haben». Dafür lässt das Unternehmen seiner digitalen Kreativität freien Lauf. Ein Beispiel dafür ist die App «Elco Notes». Damit werden die Handnotizen auf den Elco-Block digitalisiert und als PDF erstellt. Oder mit der Elco-Postkarten-App können Postkarten am Handy oder Tablet ganz einfach versendet werden. «Wir entwickeln zurzeit verschiedene neue Applikationen für Smartphone oder Tablet. Wir bleiben auf diesem Gebiet aktiv und haben noch diverse Ideen in der Schublade», verspricht Aerni. CR

LINKS

www.myelco.ch
www.wipfgruppe.ch

LINK

www.elcoswitzerland.ch