



gesamte Branche.“ Für das erste Halbjahr 2017 sieht Bellutti einen positiven Trend, weshalb auch der Ausblick auf das zweite Halbjahr positiv ausfällt. „Für die zweite Hälfte 2017 sehen wir eine positive Entwicklung. Das liegt aber auch an der Wandlung, die wir durchgemacht haben – vom reinen Digitaldrucker hin zum Dienstleister. Wir machen Beratungen, setzen auf Nachhaltigkeit und wollen auch gemeinsam mit dem Kunden etwas tiefer in die Materie blicken. Etwa, dass es nicht immer das billigste Material sein muss, auch in Bezug auf die Nachhaltigkeit.“

Hofer ergänzt: „Wir waren trotz Übersiedelung und einiger interner Umstellungen in der Lage, ein positives erstes Halbjahr 2017 hinzulegen und sehen,

dass sich Konzepte und Ideen langsam am Markt etablieren. Die Jagd nach Quadratmetern und das 08/15-Großflächen-drucken werden nicht das Konzept für die Zukunft sein. Die Kunden werden anspruchsvoller und wollen *integrierte* Konzepte, die über reine Außenwerbung hinausgehen. Als langjähriger Partner vieler internationaler erfolgreicher Agenturen hat die Bellutti Gruppe viel Wissen aufgebaut und viele internationale Projekte, die mehr als reiner Digitaldruck sind realisiert.“

Kunde America's Cup

So wurden mit einem Partnerunternehmen die Sponsor Brandings bei der VIP Hospitality des America's Cup auf Bermuda umgesetzt. Hier fungierte Bellutti

nicht nur als Produzent, sondern auch als Berater, Produktentwickler und Setup-Partner. Die gesamten Installationen wurden in Österreich konzipiert, nach Bermuda geschickt und dort in Modulbauweise installiert – immer mit dem Hintergedanken, dass die Module weiterverwendet werden können, da die Hospitality Area nach dem Race abgebaut wurde und bereits am Weg nach Südkorea ist.

Gesamte Prozesskette

„Wir sind in der Lage, den gesamten Prozess – von der Idee über Prototypen bis zur Realisierung – in beratender und produzierender Weise zu begleiten. Da wir über einen vielfältigen Maschinenpark und einen riesigen Know-ow-Pool bei unseren Mitarbeitern verfügen, sind wir hier in der Lage, schnell und unkompliziert auf individuelle Wünsche einzugehen. Wir sind ein produzierender Gewerbebetrieb, der zum größten Teil Unikate auf Kundenwunsch fertigt“, sagt Hofer.

Zufrieden ist Bellutti auch mit der Entwicklung im Out-of-Home-Bereich. Besonders stark ist das Unternehmen derzeit im Bereich des für Skifahrer allseits bekannten, Prallschutzes. „Hier fahren zum Teil bei einzelnen Flächen mehr als 10.000 Skifahrer vorbei; dabei wird zu-

Facts

Die Bellutti Gruppe

verfügt mit Innsbruck, Klagenfurt und Wien über drei Standorte und mehr als 4.000 m² Produktionsfläche. Mehr als 120 Mitarbeiter betreuen über 7.000 Kunden in ganz Europa – über eine Mio. m² technischer Textilien werden jährlich verarbeitet. Die Liste der Events auf der Kundenliste ist lang: Beachvolleyball, Rock in Vienna, Austrian Golf Open, Wiener Wies'n, um nur einige davon zu nennen.

nehmend Werbung über Agenturen vermarktet.“ Des Weiteren produziert das Unternehmen die Startnummern für den gesamten internationalen Skizirkus. „Auch hier geht es natürlich um die Werbung.“ Und auch bei Olympischen Spielen oder Weltmeisterschaften werden vom österreichischen Unternehmen etwa die Startnummern und Torflaggen für die Skirennen produziert.

„Die große Krise ist überstanden“, bilanziert Hofer, wenn es um den Event-Bereich geht. „Der Qualitätsanspruch ist weiterhin hoch, und die, die auf Qualität gesetzt haben, sind immer noch da.“ Insgesamt sieht sich Bellutti bestätigt, den richtigen Weg eingeschlagen zu haben: „Wir haben investiert, uns auf Nachhaltigkeit konzentriert und sehen, dass der Weg stimmt.“ (red)

”

Im Großen und Ganzen ist die Branche im Aufwind, und es lassen sich positive Tendenzen erkennen.

Arthur Bellutti
Eigentümer & GF
Bellutti Group

“



© Bellutti