



© PWT/Bellutti



### Vielseitig

Das Unternehmen bietet nicht nur Großformate, sondern auch eine ganze Reihe an anderen Produkten an.

einen Beitrag für die Zukunft zu leisten. Rückenwind beim Thema PVC-freie Produktion könnte auch die Preisentwicklung bringen. Hier schließe sich die Lücke langsam, es ist preislich nicht mehr viel Unterschied, womit das Argument mancher Kunden wegen der höheren Kosten nicht in PVC-freie Produktionen zu investieren, nicht mehr gelte.

Wichtig sei es, so Bellutti, dass vor allem Großkunden hier vorgehen. Das wäre ein wichtiges Signal an den Markt. Plakat selbst hat hier bereits einige wichtige Kunden überzeugen können, zu nachhaltigen Produkten zu greifen.

### Wie wird 2021?

Gefragt nach einem Ausblick auf das Jahr 2021, zeigen sich Bellutti und Hofer noch eher zurückhaltend. „Wir gehen davon aus, dass wir 2022 und 2023 wieder auf dem Niveau von 2019 sein werden. 2021 muss man sich ansehen. Wir sind ein mittelständisches Unternehmen und sind hier auch von der wirtschaftlichen Entwicklung unserer Auftraggeber abhängig, und da muss man sich anschauen, wie sich die Lage im Jahr 2021 weiterentwickelt.“

Monaten schwierig bleiben“, so Hofer.

Da die Bellutti Gruppe aber im Event-Bereich nicht nur für Publikumsveranstaltungen tätig ist, gibt es hier genügend Marktpotenzial, da etliche Sport-Großereignisse beliefert werden, wo es via TV und Stream genug potenzielles Publikum gibt, dem sich Sponsoren werbewirksam präsentieren können. Und da auch einige Events, Ski-Alpin und auch Ski Nordisch, von den USA nach Europa verlegt wurden, konnte hier auch Plakativ von den zusätzlichen Aufträgen profitieren.

### Von Weltcup bis Olympiade

„Hier haben wir für den Großteil des Weltcups und natürlich auch für die Weltmeisterschaften Branding & Startnummern produziert“, so Bellutti, denn „alles, was mit Ski und Branding zu tun hatte, wurde ja trotzdem gemacht, denn auch wenn es kein Publikum vor Ort gab, gibt es eben auch noch die TV-Kameras, die die Bilder zum Publikum bringen“, so Hofer ergänzend.

Ein Sport-Großereignis, bei dem man üblicherweise auch mitmisch, sind die Olympischen Spiele. Die nächsten sind jene in Tokio, wobei hier etliche Kunden mit der Entscheidung, dort Präsenz zu zeigen, abwarten oder auch teilweise planen, auf die Winterspiele, die ja dann im Februar 2022 in Peking stattfinden, zu verschieben.

### Green Printing

Bei Plakativ bleibt man aber nicht in der Gegenwart stehen, sondern schaut auch techno-



© Plakativ (4)

logisch in die Zukunft, und so stehen auch Themen wie Green Printing oder PVC-freie Produkte ganz oben auf der Agenda. „Wir kooperieren hier bereits mit Herstellern von PVC-freien Produkten, denn es ist wichtig, dass diese dann auch in der entsprechenden Qualität verfügbar sind, denn das Material muss

ja dann trotzdem bei diversen externen und internen Bedingungen funktionieren und dabei eben gleichzeitig auch nachhaltig sein“, so Hofer.

Selbst hat man auch im Zuge der Investitionsprämie einen Teil des Maschinenparks bereits nach dem Aspekt der Nachhaltigkeit angeschafft, um so auch selbst



**Teamarbeit** Bernhard Hofer und Manuel Bellutti, die beiden Geschäftsführer von Plakativ.