

Aus Omnipack wird All4Labels Schweiz

Die Omnipack AG in St. Gallen wurde 2016 von der deutschen Rako Etiketten übernommen, die dann später in der All4Labels Global Packaging Group aufging. Pack aktuell sprach mit Geschäftsführerin Elisabeth Fehr über die Entwicklung in den letzten zwei Jahren und den Entscheid zur Unbenennung in All4Labels Schweiz AG.



Elisabeth Fehr

Pack aktuell: *Wie hat sich das Unternehmen seit der Übernahme durch Rako entwickelt?*

Elisabeth Fehr: Die Integration in die Rako Gruppe verlief schnell und komplikationslos. Dies war ein guter Entscheid für den Schweizer Standort unseres Unternehmens, für die Mitarbeiter und für die Kunden, weil wir seither auch verstärkt international tätig sein können. Unterdessen wurde die Gruppe durch die Fusion der Rako mit X-label und Baumgarten zum 30. September 2016 erweitert. Seither gehören wir zu einer grossen weltweit tätigen Gruppe mit mehr als 3000 Mitarbeitenden, mehr als 5000 Kunden aus den unterschiedlichsten Branchen, 25 Produktionsstandorten weltweit, einem Ausstoss von mehr als 60 Milliarden Etiketten und einem Umsatz von über 450 Millionen US-Dollar. Die Gruppe hat dann den Namen «All4Labels Global Packaging Group» erhalten. Ihr Hauptsitz liegt im deutschen Witzhave.

Wie macht sich die Einbindung in ein international tätiges Unternehmen bemerkbar und lässt sich der Anteil quantifizieren?

Vor dem Eintritt in die Rako Gruppe betrug unser Exportanteil zuletzt rund 5 Prozent vom Umsatz. Aktuell und für das nächste Jahr erwarten wir einen Umsatzanteil von rund 20 Prozent im Export zu erwirtschaften. Insofern ist genau das Gegenteil von dem eingetreten, was viele Schweizer Unternehmen nach einer Übernahme durch ein ausländisches Unternehmen erfahren haben. Unser Produktionsstandort wurde nicht stillgelegt, sondern im Gegenteil mit

einer hohen Spezialisierung ausgebaut. Aktiv von uns aus akquirieren wir nur in der Schweiz, die Exportaufträge kommen aus der Gruppe. Nach wie vor ist der lokale Markt für uns der wichtigste Markt. Für die Schweiz legen wir die Strategie selbst fest. Hier zeigen wir Kontinuität, Stabilität und Zuverlässigkeit, wie es unsere Schweizer Kunden seit Jahren gewohnt sind.

Omnipack sieht sich als der Spezialitätenstandort der Gruppe. Was steckt dahinter?

Wir haben uns zu Experten für komplexe Produkte und komplexe Prozesse entwickelt. Dafür benötigen wir die richtigen Maschinen und die passende Logistik. Beispielsweise haben wir grosse Kunden, die komplett auf Lagerhaltung verzichten. Hier müssen wir Termin- und Stückgenau auf Palette liefern. Das just-in-time-Geschäft war praktisch eine neue Welt für uns. Wir konnten aber auf das Know-how der Gruppe zurückgreifen, unsere Mitarbeiter schulen und die Qualitätskontrolle perfektionieren.

Welche Investitionen im Maschinenbereich waren dafür nötig?

Wir haben im konventionellen Druck in eine neue 9-Farben Labelmaster Flexodruckmaschine von Gallus und im Digitaldruck in eine zweite HP Indigo investiert, ausserdem in unsere Druckvorstufe und Weiterverarbeitung. Zudem haben wir die Druckplattenherstellung um ein weiteres System ausgebaut. Dies gehört ebenfalls zu unserer Spezialitätenstrategie und selbstverständlich kann man just-in-time-Geschäft nur anbieten, wenn man ortsnah in der Gruppe ein 100-prozentiges Back-up zur Verfügung hat und auch mit dem Kunden ein gemeinsames Logistikkonzept entwickeln kann. Die Investitionen zeigen auch das klare Vertrauen des Mutterkonzerns in den Schweizer Produktionsstandort.

Ist die engere Einbindung in die Gruppe nun auch der Grund, den 64 Jahre alten Namen Omnipack aufzugeben?

Wir produzieren hier in der Schweiz hauptsächlich Etiketten aller Art und flexible Verpackungen im kleineren und mittleren Bereich. Wir wollen natürlich die Synergien der Gruppe nutzen, also beispielsweise auch Tubenlaminat, Shrink-Sleeves und RFID-Etiketten anbieten. Daher wollen wir der Gruppe in der Schweiz ein neues Gesicht geben und damit verbunden auch einen neuen Namen im Markt einführen. So werden wir ab dem 1. Januar 2018 «All4Labels Schweiz AG» heissen, auch um die Gruppenzugehörigkeit zu kommunizieren und ein einheitliches Auftreten gegenüber den Kunden zu haben. Ab 2018 treten nun fast alle Standorte der Gruppe unter diesem einheitlichen Namen auf. Wichtig für uns bleibt, weiterhin den lokalen Markt zu bedienen, die Kontinuität beizubehalten und das Vertrauen der Schweizer Kunden zu haben. Letztlich haben wir den Schweizer Standort aber vor allem durch die Zugehörigkeit zur Gruppe gestärkt.

Welche Strategie fährt die Gruppe bezüglich des Schweizer Marktes? Wie wollen Sie in der Schweiz wachsen

Als Produktionsstandort mit den hohen Schweizer Löhnen müssen wir grundsätzlich besser sein und einen höheren Output liefern als andere Standorte in der Gruppe. Wir wollen in den nächsten Jahren in der Schweiz durch unsere Leistung und die Qualität unserer Produkte organisch mit der All4Labels Schweiz AG am Standort St. Gallen wachsen. Weitere strategische Firmenübernahmen anderer Etikettendrucker durch die Gruppe sind in der Schweiz momentan nicht vorgesehen, aber auch nicht für alle Zeit ausgeschlossen.

(www.omnipack.ch ; www.all4labels.com)

Die Fragen stellte Dirk Schönrock