

Schwerpunkt

Promo- und Werbeartikel: clevere Tools und individuelle Lösungen

Schnell und einfach online Standardwerbeartikel bestellen – oder individuelle Artikel nach Mass anfertigen lassen. Mit dem Motto «One Stop Shopping» verfolgt der Bürobedarfsspezialist Lyreco Switzerland AG eine vielversprechende Diversifizierungsstrategie.

Schweizweit und international hat sich Lyreco einen Namen als Spezialist für Büro- und Arbeitsplatzlösungen gemacht. Das Angebot hört jedoch nicht beim klassischen Büromaterial auf, sondern umfasst auch Catering-Lösungen von Snacks bis zum Kaffee, Hygieneartikel sowie – und das soll hier im Fokus stehen – Promotions- und Werbeartikel. Ein Gespräch mit Ilona Lupart, Geschäftsleitungsmitglied bei der Lyreco Switzerland AG.

Warum diese Erweiterung des angestammten Geschäftsfeldes? Oder anders gefragt: Warum «Werbegeschenke»?

Ilona Lupart: Der Markt für Verbrauchsmaterialien ist stark in Bewegung. Da kann man es sich nicht erlauben, stehen zu bleiben und nur auf Altbewährtes zu setzen. Mit einer Diversifizierungsstrategie – immer im Rahmen des Kerngeschäfts – bieten sich also neue Chancen, die es zu nutzen gilt. Gerade Promotions- und Werbeartikel – ebenfalls klassi-

sche Verbrauchsartikel – passen bestens ins Portfolio von Lyreco. Einerseits durch die Verwandtschaft zum Bürosortiment, andererseits auch was das Handling und die Logistik betrifft. Zudem zeigt sich seitens der Kunden ein klares Bedürfnis, Werbeartikel einfach, schnell und unkompliziert in Kombination mit weiterem Büromaterial beschaffen zu können und so die Logistikprozesse von der Bestellung über die Lagerung bis zur Lieferung so effizient wie möglich zu gestalten. Lyreco nennt diesen Ansatz «One Stop Shopping».

Bisher musste man Promotions- und Werbeartikel eher über Spezialisten beschaffen, die dieses Feld quasi exklusiv bewirtschaftet haben. Wie schwierig und auch wie glaubwürdig ist es, als «Bürospezialist» nun ebenfalls in dieses Segment vorzustossen?

Natürlich ist es bei Diversifizierungen immer wichtig, nicht wild und planlos in völlig unbekannte Segmente vorzustossen, sondern zielgerichtet eine Gesamtstrategie zu verfolgen.

Gerade was Werbeartikel betrifft, konnte Lyreco jedoch nicht zuletzt durch die Integration von Waser Büro (2011) auf ein grosses Know-how in diesem Bereich zurückgreifen. Und was die logistischen sowie IT-spezifischen Anforderungen im Handling von Verbrauchsmaterialien betrifft, so war Lyreco sehr gut auf diesen Schritt vorbereitet. Deshalb hat der Vorstoss in den Produktbereich Promotions- und Werbeartikel absolut Sinn gemacht.

Vom einfachen Kugelschreiber mit Logo bis zur Massanfertigung nach Kundenwunsch: Der Markt für Promotions- und Werbeartikel ist sehr vielschichtig und komplex. Wie gelingt es Lyreco, die unterschiedlichen Bedürfnisse zu befriedigen? Die Kundenwünsche sind tatsächlich sehr verschieden. Aus diesem Grund und um die Marktanforderungen in ihrer Gesamtheit zu erfüllen, hat Lyreco einen Komplettansatz gewählt, der auf zwei Säulen basiert: Einerseits bieten wir ein

Werbeartikel nach Mass

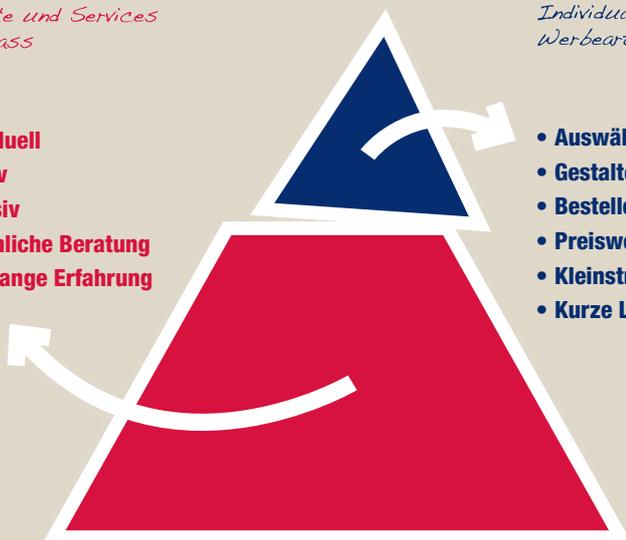
Produkte und Services nach Mass

- Individuell
- Kreativ
- Exklusiv
- Persönliche Beratung
- Jahrelange Erfahrung

Werbeartikel online bestellen

Individualisierbare Werbeartikel

- Auswählen
- Gestalten
- Bestellen
- Preiswert
- Kleinstmengen
- Kurze Lieferfrist



Angebot für Kunden, die schnell und unkompliziert Standardprodukte im Bereich Werbeartikel in tendenziell geringer Auflage benötigen. Für dieses Bedürfnis hat Lyreco den Werbeartikel-Shop «YourLyreco» entwickelt, wo rund 400 Produkte zur Auswahl stehen. Auf der anderen Seite bedienen wir mit der Geschäftseinheit «Lyreco Promo» Kunden, die auf der Suche nach massgeschneiderten Lösungen sind und eine fundierte Beratung wünschen.

Angebote nach Mass statt Lösungen ab Stange heisst also die Devise bei «Lyreco Promo». Wie weit geht dieses Angebot bzw. was ist alles möglich? Und inwiefern kann sich Lyreco mit diesem Geschäftsmodell im Markt differenzieren?

Im Bereich «Professional» haben wir ein Team von Promo-Spezialisten, das über jahrelange Erfahrung verfügt. Hier ist das Ziel tatsächlich, das «Unmögliche» möglich zu machen und kundenindividuelle Lösungen zu bieten. Dazu werden die gewünschten Artikel aus nationalen und internationalen Märkten beschafft oder sogar neu entwickelt, was ein ausgeprägtes Lieferanten-Know-how voraussetzt. Es sind verschiedenste Veredelungstechniken wie Druck, Prägung, Gravur oder auch Stickerei möglich – der Kreativität sind also kaum Grenzen gesetzt. Zur Differenzierung im Markt: Die Reduktion des Lieferantenportfolios, die Vereinfachung der Prozesse, die Lagerlogistik mit einer ausserordentlich hohen Verfügbarkeit von 99,5% sowie die damit verbundenen Kostenreduzierungen sind gute Argumente, die für eine Gesamtlösung, wie Lyreco sie anbietet, sprechen.

Auf der anderen Seite der Angebotspalette steht, wie Sie erwähnt haben, das noch relativ neue Online-Tool «YourLyreco». Hier geht es darum, möglichst einfach, rasch und unkompliziert vorgefertigte Artikel individualisieren und bestellen zu können – auch in Kleinstmengen. Was sind die Erfahrungen mit diesem Instrument?

Im Internetzeitalter ist es sicher wichtig und richtig, mit einem cleveren E-Tool wie «YourLyreco» ein einfach zu bedienendes Online-Angebot zur Verfügung zu stellen, mit dem per Mausklick ganz unkompliziert Werbeartikel individualisiert und bestellt werden können. Momentan stehen immerhin rund 400 Artikel – das Angebot wird stetig weiter ausgebaut – zur Verfügung, die durch den Kunden selbst gestaltet werden können (Farbwahl, Logoanbringung etc.). Die Lieferfrist für die Artikel beträgt maximal zwei Wochen.



Als Field Sales Direktorin ist Ilona Lupart verantwortlich für den Bereich Verkauf. Die eidg. dipl. Verkaufsleiterin war zuvor als Sales Manager im Grosskundenbereich für die Integration der Firma Waser Bürocenter AG in die Lyreco Switzerland AG tätig.

Zum Schluss ein kurzer Blick in die Zukunft: Mit welchen Fragen, Herausforderungen und Kundenwünschen muss man sich bereits heute beschäftigen, um auch morgen im Bereich Promotions- und Werbeartikel eine führende Rolle spielen zu können?

Klar ist: Unsere hochtechnisierte Welt dreht sich immer schneller. Wer erfolgreich sein möchte – das gilt nicht nur, aber in hohem Masse auch für den Bereich der Verbrauchsartikel –, muss also die «Nase im Wind» haben, Trends erkennen oder bestenfalls sogar selber welche setzen. Hierbei sind sicher Mobile Devices wie Smartphone und Tablet noch vermehrt zu berücksichtigen, wenn es zum Beispiel um innovative Verkaufsplattformen und andere E-Tools geht. Im direkten Wettbewerb mit der Konkurrenz werden Schnelligkeit, Qualität und Kostentransparenz eine entscheidende Rolle spielen. Und schliesslich geht ein wichtiger Trend, den auch Lyreco seit Längerem mitprägt, hin zu ökologischen, nachhaltigen Produkten.



Im Werbeartikel-Shop «YourLyreco» stehen rund 400 Produkte zur Auswahl.

LYRECO SWITZERLAND AG – ZAHLEN UND FAKTEN

Rund 500 Mitarbeitende in der Schweiz; Umsatz Schweiz: CHF 215 Mio.; Customer Service Center in Genf und Dietikon; über 7000 Artikel auf Lager; Verfügbarkeit der Artikel von über 99%; Grobtransport zu Kunden erfolgt per Bahn (Nachtsprung); für eine effiziente Lieferung erfolgt die Feinverteilung fast ausschliesslich mit eigenen Chauffeuren; Exklusiv-Distributor von NESPRESSO Business Solutions.



www.lyreco.ch