

Mit Visionen und Kundenorientiertheit in die Zukunft

Artoz Papier AG feiert dieses Jahr das 40-jährige Bestehen. Hans-Albert Kufferath hat das Unternehmen gegründet und zusammen mit seiner Frau Doris auf- und zur jetzigen Grösse ausgebaut. Bekanntheit erlangte Artoz besonders mit seiner Entwicklung des losen Briefpapiers in vielen Farben, Formen und Formaten. Die hierfür originär entworfene Präsentations- und Verkaufswand trifft man inzwischen in ganz Europa an. Heute ist Artoz eine etablierte Marke mit Tradition und Werten, die Konstanz gewährleisten. Deshalb sind Tradition und Aufbruch keine Gegensätze, sondern ergänzen sich und führen zu dem Wandel, der notwendig ist, um gut gerüstet die Zukunft zu bestehen. In einem kurzen Interview gibt Artoz einen Rück- und Ausblick und geht auf die Verstärkung im Verwaltungsrat ein.

Letzteres betrifft Bernhard Grob, professioneller Verwaltungsrat mit breiter Erfahrung auf dem Gebiet Strategie und Unternehmensentwicklung. Er löst im Juli 2019 Hans-Albert Kufferath als Verwaltungsratspräsident ab. Dieser bleibt auch weiterhin Mitglied des Verwaltungsrates und Eigentümer.



Bild (von rechts nach links): Marc Tundo (CFO), Rolf Schmid, Bernhard Grob, Hans-Albert Kufferath, Domenic Meier)

Ein Interview mit:

Hans-Albert Kufferath, Mitglied des Verwaltungsrates und Eigentümer
Bernhard Grob, Präsident des Verwaltungsrates
Rolf Schmid, Mitglied des Verwaltungsrates
Domenic Meier, CEO

Herr Kufferath, Artoz feiert dieses Jahr das 40-jährige Bestehen. Was bedeutet Ihnen dieses Jubiläum?

Hans-Albert Kufferath: 40 Jahre Artoz: Das erfüllt mich mit Dank, Stolz und Freude. Es ist ein guter Moment für einen kurzen Rückblick. Was klein und mit wenigen Mitteln, aber grosser Leidenschaft und ungewöhnlich hohem Engagement begann, hat sich heute zu einem beachtenswerten, etablierten Unternehmen mit Zukunft entwickelt; sinnstiftend für Mitarbeitende und erfolgsversprechend für Kunden und Lieferanten. Über diese vielen Jahre hat sich Artoz als der Papierspezialist im Hinblick auf die Vielfalt von Farben, Formen und Formaten einen Namen gemacht. Die Original-Artoz-Papier-Wand in etlichen Ländern Europas zeigt, wie stark die Marke im Markt verankert ist. Seither ist vieles anders geworden. Der Einsatz von Papier hat sich verändert. Das Internet und die Digitalisierung haben das Konsumentenverhalten stark beeinflusst. Das Papier wurde nicht mehr so stark für Schreiben und Drucken eingesetzt. Neue Verkaufskanäle tauchten plötzlich auf. Hierauf haben wir mit etwas Verspätung, aber nicht zu spät reagiert. Heute verfügen wir unter anderem über ein Online-Sortiment mit unseren Bestsellern, die wir dem Fachhandel für die einfache Integration in ihre Onlineshops zur Verfügung stellen können. Hohe Qualität, Kundennähe und Innovation hatten wir uns vor 40 Jahren auf unsere Fahnen geschrieben. Werte, auf die wir uns in Zukunft noch stärker fokussieren wollen.

Herr Meier, was machen Sie konkret mit diesen Veränderungen?

Domenic Meier: In den letzten Monaten haben wir ein umfassendes Konzept entwickelt, welches diesen Veränderungen Rechnung trägt. Der Fokus des Plans liegt auf der verstärkten Zusammenarbeit mit unseren Kunden. Einerseits haben wir die neue PoS-Wand lanciert, welche die virtuelle Beraterin «Artolina» – einen Touchscreen – beinhaltet. Das neue Konzept verspricht im Fachhandel Entlastung in der Beratung und ein höheres Cross-Selling-Potenzial. Des Weiteren unterstützen wir unsere Kunden mit einem aktiven Flächenmanagement. Ziel dieser Initiative ist es, eine bestmögliche Flächenrentabilität zu erreichen. Darüber hinaus sind wir daran, unser Sortiment kontinuierlich zu überarbeiten. Diesen Sommer werden wir viele Neuheiten am Markt lancieren. Die neue, jüngere Designsprache zeigt auf, in welche Richtung es bei Artoz gehen wird. Und auch der Abverkauf bei unseren Kunden ist ins Zentrum unserer Denkweise gerückt. Wir haben diverse Massnahmen zur Unterstützung der Abverkaufszahlen bei unseren Kunden entwickelt. Und nicht zu vergessen ist der Dialog mit unseren Kunden, den wir weiter verstärken wollen, damit wir die Bedürfnisse unserer heutigen und zukünftigen Kundschaft noch besser verstehen.

Herr Schmid, Sie haben die Firma in dieser Veränderungsphase sehr nahe begleitet. Was wurde erreicht?

Rolf Schmid: Aus meiner Tätigkeit als Verwaltungsrat in diversen Unternehmen, unter anderem im Konsumgüterbereich, kenne ich die Herausforderungen, die solche Veränderungen mit sich bringen, und welche Einflüsse diese insbesondere auf den Detailhandel haben. Artoz hat eine langfristige Strategie abgesteckt und ist auf dem richtigen Weg. Auch konnten wir mit Domenic Meier einen kompetenten CEO gewinnen, der in der Vergangenheit ähnliche Aufgaben bewältigt hat. Weitere Schlüsselfunktionen im Unternehmen sind richtig besetzt und die Mitarbeiter sind motiviert und engagiert. Alles in allem haben wir in einem unruhigen Marktumfeld Stabilität im Unternehmen erreicht. Das freut mich sehr.

Herr Kufferath, Sie treten Ihr Präsidium an Herrn Grob ab. Verliert Artoz Papier dadurch einen Pionier der Branche?

Hans-Albert Kufferath: Auf keinen Fall. Ich werde als aktiver Eigentümer auch weiterhin mit dem Unternehmen verbunden sein. Ich will lediglich nach 40 Jahren Schaffen ein bisschen kürzertreten, darum haben wir uns Bernhard Grob als Verstärkung geholt. Ich bleibe Artoz selbstverständlich erhalten.

Herr Grob, was hat Sie an Artoz fasziniert, dass Sie sich für dieses Amt entschieden haben?

Bernhard Grob: Grundsätzlich gefällt mir, dass Artoz ein Traditionsunternehmen mit langjährigem Bestehen und einer starken Marke ist. Ich bin überzeugt von der aktuellen Strategie und freue mich darauf, das Unternehmen und dessen Marktleistung weiterzuentwickeln und aktiv mitzuprägen.

Was bedeutet ein neuer Verwaltungsratspräsident für Sie, Herr Meier, als CEO?

Domenic Meier: Einen neuen Vorgesetzten (lacht). Ich konnte Bernhard Grob früh kennenlernen. Er bringt einen grossen Erfahrungsschatz als professioneller Verwaltungsrat mit und steht hinter unserer Strategie. Ich freue mich auf seine Unterstützung und die Zusammenarbeit.

Herr Grob, wie sehen Sie die Zukunft von Artoz?

Bernhard Grob: Ich habe ein gut aufgestelltes Unternehmen angetroffen, welches klare Vorstellungen darüber hat, wo die Reise hingehen soll. Ich bin positiv eingestellt und werde die Umsetzung der Strategie und die hohe Kundenorientiertheit tatkräftig mitunterstützen.

Kontakt

Maria Gares, Leiterin Unternehmenskommunikation

Tel. +41 62 886 43 73

E-Mail: maria.gares@artoz.ch