

# Erfolg mit Tradition



Was unterscheidet eigentlich „Eintagsfliegen“ von Unternehmen, die sich seit mehr als 20 Jahren erfolgreich am Markt behaupten? Da in der Wirtschaft nicht nur der Zufall regiert, hat Logistik express sich mit ein paar langjährigen österreichischen Unternehmern unterhalten, worin das Geheimnis ihres Geschäftserfolges liegt.

REDAKTION: MARTIN ECKERSTORFER

## 21 Jahre Metasyst



**I**m Oktober 1990 gegründet, ist die Metasyst Informatik GmbH im Laufe der Jahre zu einem relativ kleinen, aber feinen Spezialisten für die Entwicklung und Optimierung von Logistiksystemen gereift. Gründungsmit-

glied Mag. Karl Kaufmann, MBA, Bc., kennt die wesentlichen Kriterien für die erfolgreiche Marktpräsenz des Familienunternehmens: „An erster Stelle steht die genefelle Ausrichtung auf nachhaltigen Bestand, in eigentümergeführten Unternehmen kommt Kontinuität vor kurzfristiger Profilierung einzelner Personen. Daher zielt unsere Strategie auch mittelfristig auf die Erfüllung der Kunden- und Marktbedürfnisse ab. Als Nischenanbieter halten wir zudem unsere Kernkompetenzen – IT und Logistik – stets hoch, unsere Kunden zählen unsere Software zur Kategorie „best-of-breed“. Der dritte wichtige Faktor ist die Flexibilität. Wir haben stets darauf geachtet, uns gegenüber monolithischen, schwerfälligen Softwaresystemen abzugrenzen.“ Und in Zukunft? „Krisen wie derzeit in Nordafrika oder Elementarereignisse zwingen aktuell betroffene Unternehmen innerhalb kürzester Zeit zu wesentlichen Veränderungen. Ein Umdenkenprozess in Richtung Regionalisierung und ein stärkerer Focus der Unternehmen auf die Anpassungsfähigkeit Ihrer Systeme sollte die logische Folge sein.“

## 31 Jahre ECONSULT



**I**m Jahr 1980 gründete Ing. Christian Skaret die ECONSULT-Betriebsberatungsges.m.b.H. und baute sie seither kontinuierlich zum führenden Logistikplaner und -berater in Österreich aus. „Speziell in einer Dienst-

leistungsbranche muss man sich bewusst sein, wie wichtig die Mitarbeiter und deren Motivation sind! Nachhaltiges Denken und Agieren haben Priorität, denn kurzfristiges Handeln ist fast nie zielführend, langfristige Planung und Steuerung hingegen sichern den Unternehmenserfolg. In einem Familienbetrieb zählt die soziale Verantwortung, die nachhaltige Wertsicherung hat Vorrang vor kurzfristigen Gewinnspannen – man darf nie die Zügel schleifen lassen! Vor etwa zehn Jahren haben wir mit der internationalen Projektakquise begonnen, heute können wir auf über 1.200 Projekte bei rund 700 unterschiedlichen Klienten zurückblicken. Wer sich keine Zusatzmärkte erschließen kann, hat es immer schwer!“ Wichtig ist auch die Abgrenzung vom Wettbewerb: „Die von uns entwickelte integrierte Planungspyramide hat heute nichts an Aktualität eingebüßt. Sie ermöglicht uns nach wie vor, neue Segmente und Regionen zu eröffnen. Trotzdem werde ich mich in den nächsten 7 Jahren sukzessive aus dem operativen Geschäft zurückziehen, meine Nachfolger baue ich bereits auf.“

## 87 Jahre Jöbstl



**A**ls Johann Jöbstl 1924 mit einem einzelnen Pferdefuhrwerk begann, ahnte er wohl nicht, dass seine Enkel Kurt Jürgen und Christoph Jöbstl eines Tages Herr über 226 Mitarbeiter an 8 Standorten eines modernen

Logistikunternehmens sein würden. Christoph Jöbstl weiß, was ein Familienunternehmen besonders macht: „Die Mischung aus bewährtem Altem mit den neuen Ideen der Jungen, ist in einem Familienunternehmen ein klarer Erfolgsfaktor. Hinzu kommt die Loyalität unserer Mitarbeiter! Wir sind ein Führungsteam zum Anfassen, unsere Tür steht stets für Fragen, Probleme und Anregungen offen. Ein weiterer wichtiger Punkt ist die Qualifikation: wir versuchen, unsere Mitarbeiter selbst auszubilden, denn gerade in unserer Branche ist es sehr schwierig, gute Leute – etwa Speditionslogistiker – zu finden. Die Herausforderung ist dann auch, die guten Mitarbeiter ans Unternehmen zu binden, aber das gelingt uns ganz gut. So konnten wir auch die Krise recht gut meistern, obwohl ich nicht sicher bin, ob sie als beendet angesehen werden kann oder nicht noch schwierigere Zeiten auf uns zukommen! Der gestiegene Treibstoffpreis ist ein massives Problem, nicht bei allen Kunden kann man nachverhandeln und immerhin macht der Diesel mehr als ein Drittel des Gesamtpreises im Transport aus.“