

Wie Hongkong immer wichtiger wird

Seit fünf Jahren betreibt swiss mail solutions (sms) klassisches Paketgeschäft ebenso wie Fulfillment-Aufträge von Kunden.



© Panthermedia.net/Cozyia

••• Von Michael Graswald

In der Zustellerbranche – die nach wie vor wächst und in der sich milliardenschwere Unternehmen tummeln – hat sms „als kleine Firma eine Nische gefunden“, sagt Geschäftsführer Georg Weidinger im medianet-Exklusivinterview. Besonders der Schritt nach Hongkong hat sich für den risikolustigen Weidinger voll ausgezahlt.

Es sind eben solche, teilweise unkonventionelle, Entscheidungen, die Georg Weidinger so interessant machen. „Klar, es ist ein Risiko, Unternehmer zu werden. Aber es ist dafür umso schöner, wenn man dann sieht, dass es die richtige Entscheidung war.“ Und bisher gingen seine Entscheidungen „gleich beim ersten Mal“ auf, wie er selbst sagt. So wurde für die sms ein eigenes „Lagerhaussystem“ programmiert. Mit „Easy-Commerce“

wird dem Kunden ein umfangreiches Tool angeboten, damit dieser seine Waren immer im Blick haben kann.

„Unsere Stärke ist es, dass wir dem Kunden *unterschiedliche* Distributionskanäle anbieten können. Wenn wir jetzt eines der unzähligen Systeme teuer eingekauft hätten, wären trotzdem nicht alle unsere Anforderungen abgedeckt gewesen. Deshalb haben wir uns entschlossen, selbst ein System zu programmieren.“

Gut ist schnell oder günstig

Die von Weidinger angesprochene Flexibilität der Distributionskanäle ist ein weiterer, wichtiger Faktor des Erfolgs der swiss mail solutions. Fünf Verträge mit Postgesellschaften, die ständig mit Volumen versorgt werden müssten, würde die sms im Moment unterhalten, so Weidinger.

Um dem Kunden in der Vielzahl von unterschiedlichen Zu-

stellerdiensten in der heutigen Zeit ein „gutes Konzept“ präsentieren zu können, muss aber erst einmal definiert werden, was für den Kunden „gut“ bedeutet. „Gut kann in dem einen Fall heißen, dass die Sendung schnell erfolgt, in einem anderen Fall soll gut aber günstig sein.“

Asien als Quellmarkt

Und die sms geht, wie Georg Weidinger betont, selbst mit gutem Beispiel voran: „Unsere Lager in Bratislava und Belgrad haben wir an Partner ausgelagert. Es gibt eine kleine Truppe von 20 Leuten, die sich um IT, Marketing und Einkauf kümmern, aber das operative Geschäft haben wir outgesourct.“

Doch es sind nicht mehr nur jene Sitze der sms in Europa – neben Österreich noch der Stammsitz in der Schweiz, in Bratislava und in Belgrad –, sondern vor allem jener in Hongkong, der für

die swiss mail solutions immer mehr an Bedeutung gewinnt.

„Die Idee war, dass wir ganz nah an unseren Kunden sind. Es geht darum, dass wir dort, wo unsere *Kunden* zu Hause sind, vor Ort sind, mit ihnen in der Nationalsprache kommunizieren können und darum, dass wir trotz der Zeitverschiebung schnell auf etwaige Probleme reagieren können.“ Nach wie vor sind die Produktionsunterschiede zwischen Asien und Europa enorm. Aus diesem Grund steigt die Anzahl der in Asien gekauften Produkte stetig. Von diesem Markt würde die sms sehr profitieren, gibt Weidinger zu – wieder eine von seinen Ideen, die er in die Tat umgesetzt hat und bei der sich das Risiko ausgezahlt hat. „Es war die richtige Entscheidung, dort mit *lokalen* Anbietern tätig zu sein. Grundsätzlich bin ich sehr zufrieden und bereue die Entscheidung nicht.“