

KOMMENTAR

Lobautunnel betrifft
nicht nur Wien

26 Millionen Euro und 15 Jahre Planung sollen der grünen Ideologie geopfert werden.

VON MARIO ROHRACHER

Das rotgrüne Regierungsprogramm für Wien enthält aus der Sicht des GSV für den Mobilitätsbereich durchaus einige begrüßenswerte Ansätze. So sollen technische Innovationen vermehrt zur Vermeidung unnötiger Staubbildung eingesetzt werden.

Oder den Ausbau des standortbasierten Carsharings, der Bau von zusätzlichen P&R-Anlagen, entlang von Schnellbahnlinien im Wiener Umland und last but not least, ganz generell der Ausbau und die Attraktivierung des öffentlichen Verkehrs.

Sechste Donauquerung ist Meilenstein

Völlig unverstänlich und inakzeptabel ist für die GSV, dass eines der wichtigsten Infrastrukturprojekte, die sechste Donauquerung vulgo Lobautunnel, in den 137 Seiten des Regierungsprogramms mit vier kryptischen Zeilen abgetan wird.

Strafverschärfend kommt hinzu, dass die beiden Parteiverantwortlichen schon unmittelbar nach Abschluss der Verhandlungen diese vier Zeilen diametral interpretierten. Während Maria Vassilakou den Lobautunnel für tot erklärt und Alternativen prüfen will, sieht Michael Häupl keine Alternative, wie auch der neue Verkehrsminister Mag. Gerald Klug in seiner letzten Pressekonferenz bekannt gab.

Jahrelang wurde über den Lobautunnel diskutiert, gestritten. Es wurden bereits 15 Jahre Planung und 26 Millionen Euro in das Projekt investiert, alle denkbaren Alternativen geprüft und mit guten Gründen verworfen.

Und jetzt, wo mit Ausnahme des Naturschutzbescheides der Stadt Wien alle notwendigen positiven Bescheide vorliegen und die Finanzierung gesichert ist, wollen die Wiener Grünen aus offenkundig fundamentalistischen, ideologischen Gründen dieses für den Wirtschaftsstandort Wien und die Bauwirtschaft so essentielle Projekt stoppen.

Die Argumente dafür sind einfach lächerlich. Die Umweltverträglichkeitsprüfung müsse wiederholt werden, weil VW falsche Angaben über den CO₂-Ausstoß gemacht hätte.

Wie soll ohne Lobautunnel die Seestadt Aspern an das hochrangige Straßennetz angebunden werden? Wie die Dauerbaustelle Tangente entlastet, wie der Autobahnring im Norden Wiens geschlossen werden?

Dipl.-Ing. Mario Rohrer ist Generalsekretär der GSV – Österreichischen Gesellschaft für Straßen- und Verkehrswesen

► Zusätzliche Kosten durch mehr Bürokratie

Wenn die Politik nicht will, dann geht gar nichts

Einziges Wermutstropfen sei die immer schikanöser werdende (politische) Bürokratie, fernab jeder Lebensnähe. „Die Bewältigung des ausufernden Vorschriftenchungs bringt natürlich zusätzliche Kosten“, so Niessner.

Die Unflexibilität der Legislative könnte sich jedoch bald rächen. Zum Beispiel dann, wenn es bei schärferen Grenzkontrollen nicht gelingt, Sonderregelungen für den Güterverkehr zu schaffen, aber die Exekutive nach den Buchstaben des Gesetzes vorgeht.

Dann dauert ein Transport von Südtirol nach München (über drei Grenzübergänge) nämlich bald zwei Tage - bei gleichzeitig knapp werden dem Laderaum und vollen Lohnkosten für Stauzeiten.

Zudem werden Bemühungen der Logistiker, Güterströme zu bündeln, zunehmend durch immer kürzere Lieferfristen konterkariert, die Onlinehändler ihren Privat-

kunden garantieren - ungeachtet, ob die Ware wirklich

so schnell benötigt wird oder nicht.



Grenzkontrollen: Unflexibilität könnte sich bald rächen

Internationale Spedition
Erfolg wurde gesteigert

Gebrüder Weiss steigert Umsatz auf knapp 1,3 Milliarden Euro und setzt seine Positive Entwicklung fort.

Das vorige Jahr bescher- te uns mit einer Umsatzsteigerung von knapp 3 % ein noch besseres Ergebnis als 2014“, freut sich Vorstandsvorsitzender Wolfgang Niessner, im Gespräch mit dem Logistik-Kurier. Österreichs zweitgrößter Logistikdienstleister im Familienbesitz verpasste nur hauchdünn die 1,3 Mrd. €-Marke. Noch deutlicher konnten Wertschöpfung und Cash Flow gesteigert werden. „Letzterer beträgt laut vorläufigem Jahresabschluss rund 70 Mio. €“, berichtet Niessner, „wobei wir mit über 50 Mio. € auch bei den Investitionen unsere Hausaufgaben mehr als erfüllt haben.“ Noch erfreulicher sei jedoch die hohe Eigenkapitaldecke von über 56 Prozent: „Daran erkennt man, dass wir nicht nur unseren Visionen folgen, sondern dass der weltweite Wachstumskurs auch profitabel ist.“

Kundenbegeisterung hervorrufen Finanzielle Stabilität und Unabhängigkeit stehen bei Gebrüder Weiss seit jeher an oberster Stelle - gleichauf mit gelebter „Service Excellence“, spricht: Kundenbegeisterung.



Wolfgang Niessner: Noch deutlicher konnten Wertschöpfung und Cash Flow gesteigert werden

„Bloße Kundenzufriedenheit ist uns zu wenig“, stellt Niessner klar. Nicht umsonst blickt der Familienkonzern auf eine 500-jährige Erfolgsgeschichte zurück. „Unsere Vision sind neben der geographischen Erweiterung unseres Netzwerks überall Mitarbeiter, die von sich aus ständig Verbesserungen anstreben“, so Niessner, „dieses Engagement geht weit über die operative Zusammenarbeit hinaus.“ Dafür gewährt der Konzern seinen Spezialisten auch jene Entscheidungskompetenz, die für die proaktive Mitgestaltung der vielfältigen Supply Chains unerlässlich ist.

Operatives Wachstum „Nachdem wir uns im letzten Jahrzehnt in Rumänien und Bulgarien etabliert haben, wagen wir nun verstärkt den Schritt übers Schwarze Meer hinaus, im Fokus steht dabei die Verbindung zwischen Europa und China“, erklärt Niessner. Dafür wurde im Vorjahr mit dem Markteintritt in Kasachstan ein wichtiger Schritt gesetzt. Mittlerweile verfügt GW über Niederlassungen in China, Kasachstan, Russland, Georgien und der Türkei sowie über eine Vertretung in Turkmenistan. Die Richtung ist also eingeschlagen, nun geht es darum, diese Märkte aufzubauen.

Als Verteilzentrum in Richtung Zentralasien und Balkan errichtete GW um zehn Millionen Euro ein neues Logistikzentrum am bulgarischen Standort bei Sofia. Rund 90 Mitarbeiter bieten dort das gesamte Serviceportfolio an. Generell habe sich der bulgarische Markt als stabile Größe erwiesen. Allein im Vorjahr sei die Sendungsanzahl um 35 Prozent gestiegen.

Ungeachtet der momentanen Konfliktsituation zwischen Europa und Russland zeigt Niessner keine großen

Ambitionen, das bewährte Ostnetzwerk in Richtung Westeuropa zu verlagern: „Wir glauben einfach, dass sich Fernost und Europa immer mehr annähern werden, und da wollen wir als Logistikkonzern vorne mitmischen.“ Natürlich habe man auch die Entwicklung der Überseemärkte im Auge. Das erkläre sich schon aus der aktuellen österreichischen Außenhandelsstatistik, in der China als drittgrößter Partner im Import und die USA als zweitwichtigstes Zielland für Exporte aufscheinen.

„Grundsätzlich hängt die Entwicklung unseres sehr spezifischen Marktes nicht zwangsläufig mit der allgemeinen Konjunkturlage zusammen“, sagt Niessner, „in Osteuropa verzeichnen wir beispielsweise ein überproportionales Wachstum.“ Allerdings seien GW-Kunden auch nicht nur in Österreich zuhause.

Deutschland Hier profitiere GW zwar vom Exportaufschwung der deutschen Wirtschaft, die Lage der deutschen Speditionsbranche ist jedoch gar nicht rosig. Dies sei in deutschen Niederlassungen auch deutlich zu spüren. Konflikttreiber sind großteils unvernünftige Wettbewerbsstrategien und ruinöse Preiskämpfe, vor allem im deutschen Inlandsgeschäft. „Ich halte die Strategie, Marktanteile nur über den Preis zu gewinnen, für vollkommen falsch“, konstatiert Niessner, „allerdings ist es schwer, hier isoliert gegen mächtige Gegner anzukämpfen.“

Branchenlösungen forcieren „Nur wer die Logik einer Industrie in ihren vielfältigen Facetten versteht, harmonisiert als Logistikdienstleister perfekt mit ihr“, betont Niessner, „deshalb haben wir für einzelne Bran-

chen, etwa Automotive, High-Tech, Chemie sowie Oil & Gas maßgeschneiderte Logistiklösungen und Supply Chain-Managements entwickelt. „Dieser Weg hat sich sehr gut bewährt, sodass wir ihn konsequent fortschreiten werden.“ Zukünftig soll jedoch in den einzelnen Industriesparten noch genauer die Bandbreite logistischer Anforderungen ausgelotet werden, um Nischen zu orten, für welche GW besondere Exzellenzen zu bieten hat. Das macht sich bezahlt, immerhin legte 2015 einer der weltgrößten High-Tech-Konzerne (Notebooks, PC, Drucker usw.) seine Europa-Distribution in die Hände von GW. „Das ist nicht nur für uns als österreichisches Traditionsunternehmen eine Auszeichnung, sondern auch ein Best Practice-Beispiel für die gesamte Branche“, freut sich Niessner.

Innovative B2C-Lösungen Mit seinem hauseigenen Paketdienst verlässt sich GW trotz steigender B2C-Frequenzen keinesfalls nur auf eCommerce als Umsatztreiber. Im Segment „2-Mann-Handling“ (Möbel, Großgeräte) 2015 entwickelte sich GW zum Marktführer in Österreich. Auch hier stellt sich GW besonderen Anforderungen, gestalten sich doch Kommunikation und Liefergegebenheiten bei Privatkunden ganz anders als zwischen Unternehmen. „Andererseits ist dies eines der wenigen Marktsegmente mit zweistelligen Wachstumsraten“, betont Niessner. Als Marktführer habe man nun auch genug Sendungsaufkommen, damit sich das Ganze - angesichts hoher Entwicklungskosten - auch wirtschaftlich rechnet. Mittlerweile bietet GW diesen Service neben Österreich auch in Ungarn, Tschechien und der Slowakei an.