

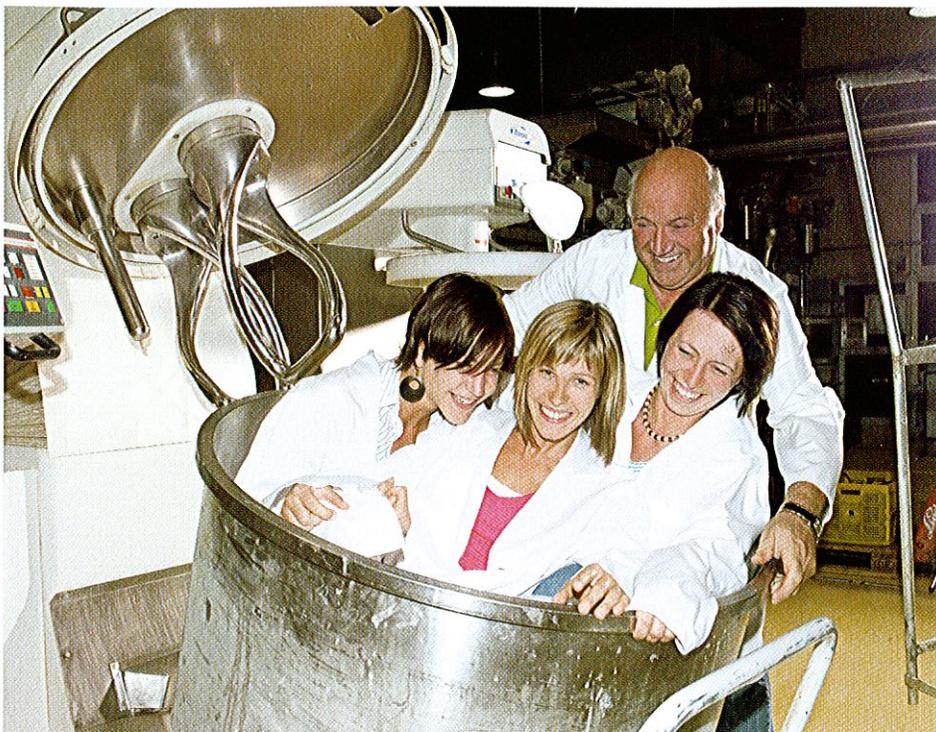
In der niederösterreichischen Markt-gemeinde Petzenkirchen (Bezirk Melk) wurde bereits Anfang 1930 der Grundstein für das Familienunternehmen Anton Haubenberger Ges.m.b.H. gelegt. Ursprünglich als Gasthaus mit Landwirtschaft gedacht, begann bald der Umbau des Vierkanthofes zu einer Bäckerei. Einige Umbauten und Neuerungen später startete im Jahr 1988 die Produktion von vorgegärten Tiefkühl-Teiglingen, dem heutigen Steckenpferd des Unternehmens.

### Auslieferung mit eigenem Fuhrpark

Haubi's leistet sich einen eigenen Fuhrpark mit etwa 80 LKW mit Sattelauflegern, die regelmäßig die 5 Stützpunkte - vier in Österreich, einer in Italien - anfahren. „Wir wollen selbst am Puls des Kunden sein. Obwohl es nicht nötig wäre, beliefern wir unsere Kunden täglich mit den Tiefkühlprodukten und erhalten sofort die Rückmeldung, falls je etwas nicht passen sollte“, begründet Geschäftsleiter Anton Haubenberger, warum sein Unternehmen den nicht unbeträchtlichen Aufwand in Kauf nimmt. Die tägliche Belieferung sei aus dem Umstand heraus entstanden, dass die Kunden oft nicht über die notwendige Lagerfläche verfügen würden, Haubi's aber schon. „Im Gegenzug erhalten wir dafür einen etwas besseren Preis, und so bleibt es rentabel“, erklärt Haubenberger. Service wird groß geschrieben: erfolgt die Bestellung vor 14 Uhr, hat der Kunde am nächsten Morgen die Ware und kann sie verarbeiten.

### Optimieren wo's geht

Um die steigenden Mengen und die wachsende Anzahl der belieferten Länder - längst haben Haubi's Produkte auch außerhalb Österreichs, etwa in Deutschland, Italien oder Kroatien begeisterte Abnehmer gefunden - bewältigen zu können, sind natürlich auch Optimierungen unabdingbar. „Natürlich optimiert man hauptsächlich auf Grund der Kosten“, gibt Haubenberger zu, dennoch gehe es auch um die Liefersicherheit: „Auch in Kroatien und Italien betreiben wir unsere eigene Tiefkühllogistik, leider sind uns die Logistiker vor Ort zu uneffizient.“ Zur Prozessoptimierung hat sich das Unternehmen einen Experten an Bord geholt: Dipl.W-Ing. (FH) Horst Gamperl hat die Aufgabe, das Warenwirtschaftssystem auf Herz und Nieren zu prüfen. Die Abläufe sollen wo möglich noch günstiger und zeitsparender gestaltet werden. „Von uns kommt die Praxis, von Herrn Gamperl die Theorie, wir mischen das Ganze und würfeln ein wenig, das Resultat sieht dann oft ganz anders aus, als man es sich vorstellt“, ist



## Frischer Duft liegt in der Luft

Wer den Geruch von frischem Gebäck liebt, sollte unbedingt einmal nach Petzenkirchen in Haubi's Wunderwelt des Backens fahren und sich selbst als Bäcker versuchen - oder einfach nur genießen.

Haubenberger von dem Hinzuziehen des Beraters begeistert. Schließlich habe das Unternehmen im Laufe der Zeit eine Größe erreicht, wo das Verstehen sämtlicher Prozesse bis ins kleinste Detail schwierig geworden sei. „Wir wollen sozusagen unsere Schlangenhaut abstreifen und ein bisschen wachsen“, zieht Haubenberger einen interessanten Vergleich.



Anton Haubenberger

Menschen durch Negativschlagzeilen zu sehr verunsichert würden und keiner mehr etwas kaufe, dann habe das natürlich in weiterer Folge noch schlimmere Auswirkungen auf die Weltwirtschaft. Haubenberger: „Es ist wie in der Medizin. Der Kranke kann nur gesund werden, wenn er auch daran glaubt. Bei uns wird leider sehr stark krankgeredet.“ Dass er mit seinen Annahmen wohl nicht falsch liegt, beweist ein Blick auf die Konzernergebnisse, denn Haubi's verzeichnete im Dezember einen Umsatzrekord.

### Positives Denken

Haubenberger steht der zur Zeit negativen Berichterstattung kritisch gegenüber: „Im August 2007 ist der Brotverkauf plötzlich zurückgegangen, obwohl faktisch noch gar nichts teurer geworden war, das hing rein mit der Psychologie zusammen.“ Man könne sich Probleme auch herbeireden, und wenn

„Wir wollen unsere Schlangenhaut abstreifen und ein bisschen wachsen.“

ANTON HAUBENBERGER