
International wachsen, persönlich bleiben

09.04.2026, 10:13 | Logistik & Transport

Pressemitteilung von: *Translogica*



CEO Hansjörg Haller und Geschäftsführer Marc Pfaffenberger

09.04.2026, Während viele Softwareanbieter in der Logistik auf Skalierung und Standardisierung setzen, verfolgt Translogica einen anderen Ansatz: internationale Expansion ohne Distanzverlust. In den vergangenen Jahren hat das Unternehmen sein Netzwerk konsequent ausgebaut – vom Hauptsitz in Innsbruck über Wien bis nach Kempten, Düsseldorf und Hamburg, zuletzt ergänzt um den neuen Standort in Warschau. Parallel dazu hat Translogica seine Marke geschärft, seine technologische Strategie weiterentwickelt und die eigene logistische Software konsequent entlang realer Kundenprozesse ausgebaut. Im Interview erklären CEO Hansjörg Haller und Geschäftsführer Marc Pfaffenberger, warum Wachstum für sie mehr mit Verantwortung als mit Größe zu tun hat, wie sich TDMS neu definiert und weshalb Erreichbarkeit in einer automatisierten Branche zum echten Differenzierungsmerkmal wird.

Herr Haller, Translogica hat in den vergangenen Jahren sichtbar an Tempo aufgenommen – neue Standorte, neue Märkte, ein stärkerer internationaler Fokus. Was treibt diese Entwicklung?

Hansjörg Haller (CEO): Wachstum ist für uns kein Ziel an sich, sondern eine Folge unserer Haltung. Wir expandieren nicht, um größer zu werden, sondern um besser zu werden – für unsere Kunden und ihre Prozesse. Wenn wir einen Standort eröffnen, dann immer mit einer klaren Frage im Hinterkopf: Können wir damit näher an unsere Kunden heranrücken? Mit Warschau sind wir nun auch in Polen präsent, gleichzeitig stärken wir unsere Präsenz in Deutschland und Österreich weiter. Entscheidend ist dabei, dass unsere Kunden weiterhin mit Menschen sprechen, die ihr Geschäft verstehen. Internationale Strukturen dürfen nie zu anonymen Strukturen werden – genau diese Balance ist für uns zentral.

Herr Pfaffenberger, wie wirkt sich diese Entwicklung konkret auf Kunden aus?

Marc Pfaffenberger (Geschäftsführer): Für unsere Kunden bedeutet das Wachstum vor allem mehr Nähe im operativen Alltag. Mit unseren sechs Standorten in Österreich, Deutschland und Polen sind wir regional erreichbar und gleichzeitig eng miteinander verzahnt. Das sorgt für kurze Wege, schnelle Entscheidungen und klare Verantwortlichkeiten. Gleichzeitig achten wir bewusst darauf, dass unsere Kunden feste Ansprechpartner behalten – Menschen, die ihr Unternehmen kennen und ihre Prozesse verstehen. Gerade in einer Branche, die immer stärker automatisiert wird, erleben wir, dass persönliche Erreichbarkeit zunehmend geschätzt wird.

Translogica spricht inzwischen sehr bewusst von einer geschärften Marke. Was bedeutet das konkret?

Haller: In den vergangenen Jahren haben wir uns intensiv mit unserer Positionierung beschäftigt. Translogica steht heute klar für eine moderne logistische Software, die technologisch vorne ist, ohne sich von der Praxis zu entfernen. Diese Haltung zeigt sich in unserem Produkt translogica besonders deutlich. Unsere Softwarelösung verbindet Transport- und Dokumentenmanagement in einem durchgängigen System, das operative Prozesse vereinfacht, beschleunigt und transparenter macht. Für uns geht es nicht darum, möglichst viele Funktionen anzubieten, sondern die richtigen – und sie so zu integrieren, dass sie im Alltag tatsächlich funktionieren.

Wenn Sie über translogica sprechen – wo liegen aus Ihrer Sicht die größten Unterschiede zu anderen Lösungen am Markt?

Pfaffenberger: Der größte Unterschied liegt in der Konsequenz, mit der wir Prozesse ganzheitlich denken. Unser TDMS – also Transport- und Dokumenten-Management-System – bildet operative Abläufe vollständig ab: von der Disposition über Dokumentenprozesse bis hin zur Abrechnung und Analyse. Gleichzeitig treiben wir Automatisierung laufend voran. Wir investieren stark in AI-Funktionalitäten, um wiederkehrende Aufgaben zu reduzieren, Fehlerquellen zu minimieren und Mitarbeitende zu entlasten. Unser Anspruch ist klar: Unsere Kunden sollen weniger Zeit mit Administration verbringen und mehr Zeit für ihr Kerngeschäft und damit wertschöpfende Tätigkeiten haben.

Innovation wird in der Branche häufig beschworen. Wie definieren Sie den Begriff für Translogica?

Haller: Innovation entsteht für uns nicht auf dem Reißbrett, sondern aus konkreten Anforderungen unserer Kunden. Oft merken wir es daran, dass Themen, die wir früh umsetzen, später breiter aufgegriffen werden. Eine Journalistin sagte kürzlich zu uns: „Ich besuche gerne die Messestände von Translogica, weil ich dann ein Gespür dafür bekomme, was in zwei Jahren Branchenstandard ist.“ Das freut uns natürlich. Gleichzeitig verstehen wir solche Aussagen als Verpflichtung, Entwicklungen weiter vor auszudenken. Innovation bedeutet für uns, Prozesse neu zu denken und dabei stets den praktischen Nutzen in den Mittelpunkt zu stellen. Technologie muss Probleme lösen, nicht neue schaffen.

Bei aller Technologie bleibt bei Translogica das Thema persönliche Betreuung präsent. Ist das kein Spannungsfeld?

Pfaffenberger: Für uns nicht. Technologie soll Menschen unterstützen, nicht ersetzen. Gerade deshalb legen wir großen Wert auf persönliche Ansprechpartner, direkte Kommunikation und echte Erreichbarkeit – auch telefonisch. Viele unserer Kunden schätzen genau das: Sie wissen, dass sie bei uns keine Hotline-Strukturen erwarten, sondern echte Zusammenarbeit.

Wohin entwickelt sich Translogica in den kommenden Jahren?

Haller: Wir werden unseren internationalen Wachstumskurs fortsetzen – aber weiterhin mit Augenmaß. Unser Fokus bleibt klar: die technologische Weiterentwicklung unserer Softwarelösung, die intelligente Nutzung von AI sowie die konsequente Ausrichtung an den Bedürfnissen unserer Kunden. Größe allein ist für uns kein Ziel. Entscheidend ist, dass wir auch künftig das bleiben, was uns stark gemacht hat: ein Unternehmen mit technologischer Substanz und persönlicher Haltung.

Denkströme Markenagentur GmbH & Co. KG

Tilsiter Str. 16a
87439 Kempten
Deutschland

Portrait

Unser Unternehmen wurde im Jahr 2004 als Academic Spin-Off des Institutes für Informatik der Universität Innsbruck gegründet. Seither prägen Kontinuität, solides Wachstum und Kompetenz im Logistikbereich die Firmenphilosophie.

Heute beschäftigen wir ca. 150 hoch qualifizierte Mitarbeitende an fünf Standorten: Hauptsitz Innsbruck, Wien, Kempten, Hamburg und Düsseldorf.

News-ID: 1308774 • Views: 177 (Stand: 02.07.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/1308774/International-wachsen-persoendlich-bleiben.html>