

BERICHT ZUM
GESCHÄFTS-
JAHR 2021

ON
WE
GO



INHALT



3

2021 – volle Kraft voraus!

5

Umsatzreichste Jahr seit 2003

6

Beziehungspflege mS3 DAY

8

Entwicklung



10

Im Gespräch

12

Mitarbeiterwachstum

13

Vision und Mission

14

Social Media 2021

15

Wir vertrauen Goodson

2021 VOLLE KRAFT VORAUSS!

2021 war ein Jahr der Hoffnung, der Veränderung und der Umsetzung. Ein Jahr voller Taten und Ansporn. Eines das Anstrengung kostete und in welchem viele über sich hinauswuchsen. 2021 war für viele Digitalisierungsunternehmen ein erfolgreiches Jahr. Auch für Goodson.

Die Pandemie ging an keinem spurlos vorbei. Der Schock saß tief und viele Unternehmen hatten mit Zukunftsängsten und Unsicherheiten zu kämpfen. In einem Punkt waren sich alle einig, die Zukunft ist digital. Aber nur wenige hatten tatsächlich eine Strategie, um ihr Unternehmen in eine erfolgreiche digitale Zukunft zu führen. 2021 war der erste Schock überwunden, die Work-From-Anywhere-Strategie wurde in den Geschäftsalltag integriert und aus dem „Wollen“ wurde ein „Können und Machen“. Aus dem „Wie geht es weiter?“ wurde ein „ON WE GO – es geht weiter!“.

Die Digitalstrategien rund um die Produktkommunikation des eigenen Unternehmens wurden konkretisiert und direkt umgesetzt. Vorsichtig wagte man sich an die ersten persönlichen Treffen und sogar der Besuch von Veranstaltungen wurde wieder möglich. Erst jetzt wurde einem bewusst, welchen Wert der direkte Kontakt und Austausch für die Zusammenarbeit haben.

Dieser Tatendrang der KMUs bescherte uns das erfolgreichste Jahr mit vielen neuen Projekten, Kun-

den und Partnern. Der Bedarf an einer Produktkommunikation, die alle digitalen Touchpoints berücksichtigt, war so groß wie noch nie. Product Information Management (PIM) wurde zu einem bedeutenden Eckpfeiler in der Digitalstrategie. Die Anfrage nach individuell zugeschnittenen Lösungen stieg. Damit auch der Wunsch nach einem vertrauensvollen Consulting Partner. Wir konnten hier unsere Position als Hersteller, Implementierungspartner und digitaler Berater weiter ausbauen. Der jahrelange Fokus auf den Menschen machte sich 2021 bezahlt. Denn nicht nur die Lösung und technische Features an sich, sondern auch die Werte, die Mitarbeiter*innen und die Kultur von Goodson waren relevante Entscheidungsfaktoren im Wettbewerb.

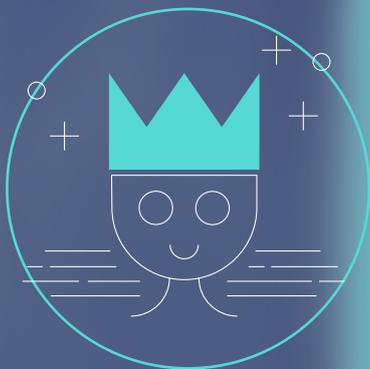
Um der hohen Auftragslage gerecht zu werden, investierten wir in einen Ausbau des Teams in der Software- und Webentwicklung sowie im Business Consulting. Wir suchten uns neue Partner wie atnexus als Verstärkung in der Systemintegration. Nach wie vor sind wir der Meinung, dass wir nur im Team und mit einem wertschätzenden Miteinander Erfolge erzielen können. Auch wenn die Digitalbranche als einer der Gewinner aus der Pandemie hervorging, sind wir uns der Verantwortung bewusst. Nur langfristig zufriedene Kund*innen, sind dauerhafte Kund*innen.

Viel Arbeit wartet auf uns. Ein Glück, dass wir lieben, was wir tun.

„2021 war für Goodson das umsatz- und wachstumsstärkste Jahr seit Bestehen des Unternehmens. Der Bedarf an professionellen Lösungen im Bereich Product Information Management war noch nie so hoch. Unternehmen erwachten aus der pandemiebedingten Schockstarre und gingen in die Umsetzung ihrer digitalen Strategie. Goodson profitierte dabei von seiner Rolle als Hersteller, Implementierungspartner und Digitalberater. Produktkommunikation ist neben der Unternehmens- und Markenkommunikation die dritte Strategiesäule der unternehmensweiten Kommunikation.“

Hansjörg B. Gutensohn, Geschäftsführer





„Wir bedanken uns für die gute Zusammenarbeit mit Goodson. Aus unserer Sicht ging die Umsetzung sehr schnell, professionell und reibungslos über die Bühne.“

Nikolas Klingseisen,
Erich Klingseisen KG

UMSATZREICHSTE JAHR SEIT 2003

Der Bedarf an digitaler Beratung und an digitalen Lösungen war so groß wie noch nie. Der Umsetzungsdrang der Unternehmen führte zu einer neuen Vielzahl an Projekten und zu einem erfreulichen Kundenwachstum bei Goodson. Damit zählt 2021 zu dem umsatz- und wachstumsstärksten Jahr seit dem Bestehen des Unternehmens.

Die Vertriebsaktivitäten auf dem Schweizer Markt zeigten sich in diesem Jahr als überaus erfolgreich. Seit 2021 setzen Erfolgsunternehmen wie die Otto Schoch AG und Gimota AG, ALESA AG, Suisselearn Media AG, Rudolf Geiser AG, Meier Tobler AG, BACHEM AG, Demelectric AG sowie die Bossard Gruppe auf Goodson als Experte im Bereich der Produktkommunikation und als Implementierungspartner von mediaSolution3. Auch die Dietzel GmbH und Hommel+Keller Präzisionswerkzeuge GmbH vertrauen auf die Expertise von Goodson und die modulare PIM-Lösung mS3.

Die Standardlösung mediaSolution3 findet auch über den DACH-Raum Akzeptanz und Abnehmer. Mit dem Neukunden Wixroyd freute sich Goodson auf einen weiteren Kunden, der sein Headquarter in der südenglischen Grafschaft West Suxsex (UK) hat. Für Goodson ein wichtiger Meilenstein, der neue Chancen im internationalen Markt eröffnet.

Darüber hinaus gelang Goodson mit der Gewinnung von W&H Dentalwerk und Fronius ein starker Auftritt als Implementierungspartner der Enterprise-Lösung von Contentserv.

Mit dem Kundenwachstum stiegen bei Goodson die Herausforderungen organisatorischer Art und der Bedarf an personellem Wachstum. Themen wie Prozessoptimierung für einen effizienten Workflow und Kundenorientierung wurden 2021 großgeschrieben. Bevorzugt wurde dabei eine verbesserte Projektmethodik, die den Unternehmen mehr Eigenständigkeit bei der Umsetzung der Ziele und weniger Abhängigkeit vom Implementierungspartner ermöglicht.

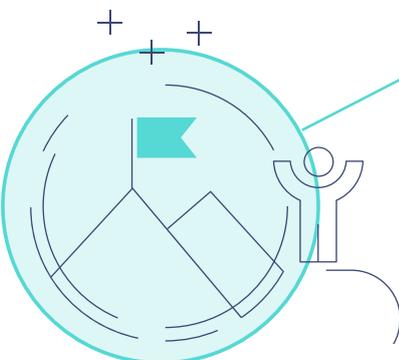
FEEDBACK KUNDEN

„Ich freue mich extrem auf die Möglichkeiten, die wir durch mediaSolution3 haben. So macht Arbeiten Spaß!“

Thomas Hildebrand,
Suisselearn Media AG

„Wir sind mit der Zusammenarbeit sehr zufrieden. Es läuft alles so wie es soll, und die Milestones wurden von Goodson professionell abgearbeitet. Wir sind sehr froh, dass wir uns für die Zusammenarbeit entschieden haben.“

Oliver Ferner-Prantner,
Dietzel GmbH

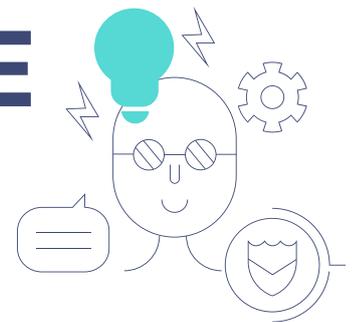




Im wunderschönen Ambiente des Hotel Schwärzler fanden sich über 40 Teilnehmer*innen zum persönlichen Austausch zusammen.

BEZIEHUNGSPFLEGE

mS3 DAY



Eine Erkenntnis der letzten Jahre war, dass der persönliche Kontakt vor Ort nicht zwingend erforderlich ist, um Projekte erfolgreich abzuschließen oder Kund*innen für sich zu gewinnen. Für den Aufbau von starken, vertrauensvollen und langfristigen Kundenbindungen ist ein gewisses Maß an Nähe aber sehr wohl von großer Bedeutung. Hinter jeder digitalen Lösung steht ein Mensch mit seinen Bedürfnissen und seiner Persönlichkeit. Um diesen in seiner Gesamtheit zu erfassen, benötigt es regelmäßig auch das persönliche, direkte Gespräch vor Ort.

Umso erfreulicher war der Umstand, dass 2021 endlich wieder der mS3 DAY stattfinden konnte. Die stabile

Pandemielage in der dritten Quartalshälfte ermöglichte es Goodson, den mS3 DAY im September im Hotel Schwärzler in Bregenz zu veranstalten. Nach fast zwei Jahren coronabedingter Abstinenz folgten zahlreiche mS3-Anwender*innen der Einladung zum beliebten Anwender- und Kundentag. Der Mix aus spannenden Keynotes und wertvollen Erfahrungsberichten aus Theorie und Praxis bot Mehrwert für alle Teilnehmer*innen, die aus Österreich, der Schweiz, Deutschland und Italien angereist waren. Der persönliche Austausch mit den Goodson-Mitarbeiter*innen und mit mS3-Anwender*innen wurde von allen nach so langer Zeit von Kontaktbeschränkungen sehr geschätzt.



„PIM, Webshop und Print – eine hochautomatisierte Einführung mitten in der Corona-Zeit“ lautete der Titel des informativen Erfahrungsberichts der Erich Klingseisen KG. Mit mediaSolution3 baute das Unternehmen die digitalen Verkaufskanäle wie Webseite und Webshop sowie die Kataloge noch weiter aus.

In seiner Keynote „Kunden besser verstehen – Hilfe zur Selbsthilfe“ nahm der renommierte Professor für Entrepreneurship, Innovation und Marketing, Thomas Metzler, die mS3 DAY-Teilnehmer*innen mit und warf einen Blick auf die Ursache von Kundenverhalten, Entscheidungen und Lösungen.



ON WE GO – es geht weiter. Wie es weitergeht und mit welchen Themen sich Goodson in Zukunft noch mehr beschäftigen will, erzählte Hansjörg B. Gutensohn in seinen einleitenden Worten zum mS3 DAY 2021.



PIM leistet einen wichtigen Beitrag für die Suchmaschinenoptimierung. Welcher das ist, erklärte Manuel Bromundt, Online Marketing Spezialist bei Brandwerk, in seinem Vortrag „Mehr Traffic, Leads & Umsatz. Onlineshops und Websites optimieren für Google & Co.“.



Die Dietzel GmbH gab mit ihrem Vortrag „Strategie und digitale Produktkommunikation bei der Dietzel GmbH“ spannende Einblicke in ihr Projekt. Dank mediaSolution3 erstellt das Unternehmen in kürzester Zeit Produktdatenblätter in Deutsch und Englisch – und das zu 100 Prozent automatisiert.

ENTWICKLUNG

ON WE GO – Es geht weiter.

„On we go“ – Passender hätte das Motto des Goodson-Geschäftsjahres 2021 nicht sein können. Denn genau diese Einstellung war bei vielen Unternehmen zu spüren. Der Bedarf nach digitaler Beratung und digitalen Lösungen im Bereich der Produktkommunikation war groß.

Dieser Umstand brachte ein Wachstum auf der Kundenebene mit sich. Dabei wuchs nicht nur die Anzahl der Kund*innen, sondern auch die Unternehmensgröße der Kund*innen an. Auch der gehobene KMU-Bereich wird immer mehr auf Goodson aufmerksam. Das hat zur Konsequenz, dass die Projekte immer größer und komplexer werden. Der Wunsch nach schnellen Ergebnissen nimmt immer mehr zu.

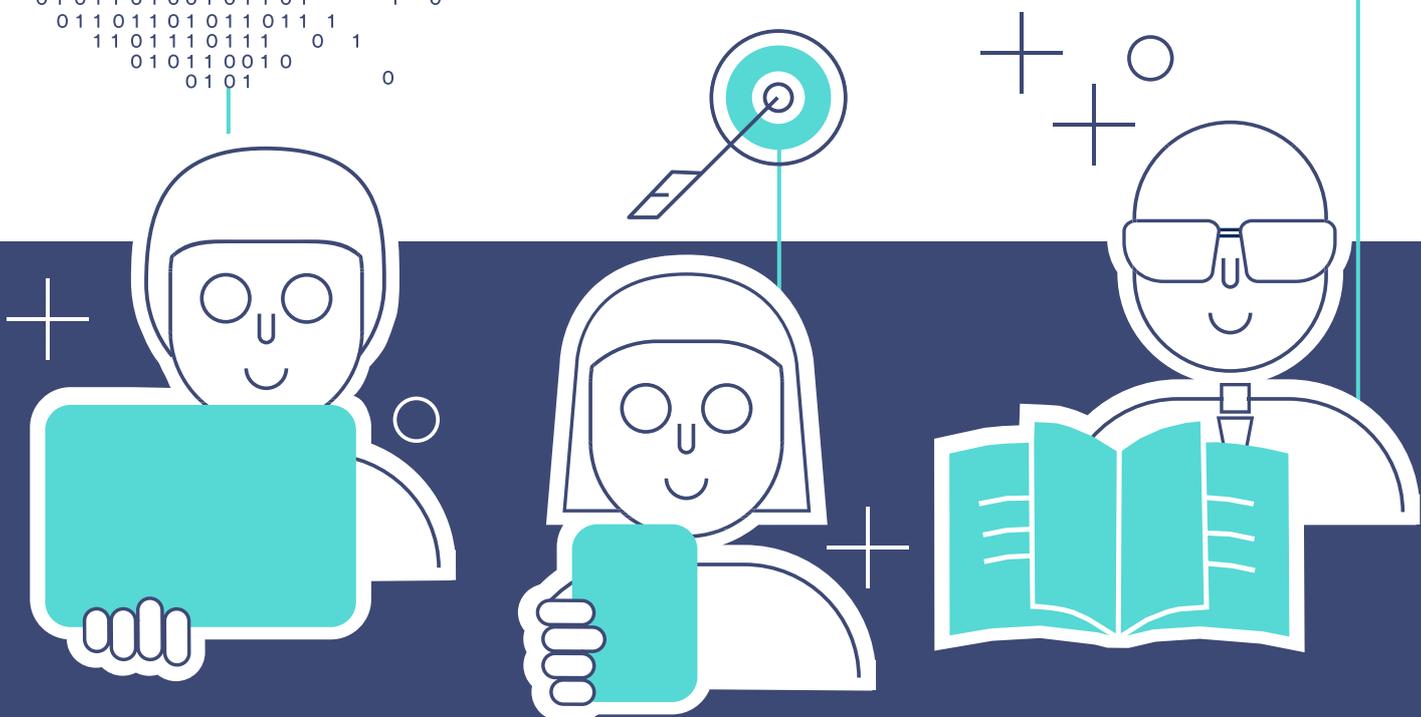
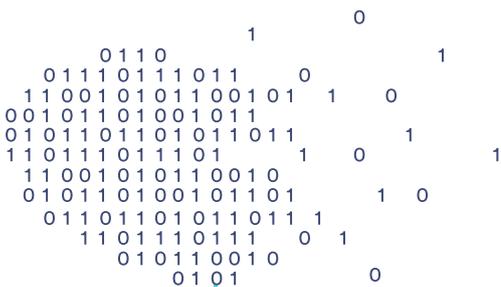
Goodson – Hersteller, Implementierungspartner und digitaler Berater.

Unternehmen streben nicht mehr nur nach der perfekten Software-Lösung. Vielmehr wollen sie das Gesamtpaket bestehend aus technischer Kompetenz und digitaler Beratung. Um diesem

Bedürfnis nachzukommen, positionierte sich Goodson 2021 verstärkt als Digitalberater mit der Erweiterung des Portfolios durch den Bereich Business Consulting. Kund*innen profitieren von der jahrelangen Expertise im Bereich PIM, E-Commerce und Digital Publishing und erhalten ein individuell auf sie zusammengestelltes Konzept für ihre digitale Unternehmenszukunft.

mediaSolution3: All-in-one-Lösung für KMU's

Auch 2021 unterzog sich mediaSolution3 der eingehenden Analyse des Beratungsinstituts SIMIO. Die Quintessenz 2021 bestätigte einen deutlichen Entwicklungssprung der PIM-Software zum Vorjahr, von welchem speziell KMUs profitieren. Das unabhängige Beratungsinstitut SIMIO analysiert anhand eines umfassenden Kriterienkataloges, welches PIM-System zu den individuellen Bedürfnissen eines Unternehmens passt. Dabei kam es zum Ergebnis, dass die Entwickler*innen von mediaSolution3 ein klares Bild haben, welchen Anforderungen ein PIM-System für die adressierte Zielgruppe der KMUs erfüllen muss – und welche nicht. Es wurden jene technischen Features im System integriert, um dem Anspruch einer „All in one-PIM-Lösung“ gerecht zu werden. Zu nennen ist die integrierte Bild- und Medienverwaltung (iMAM), die es ermöglicht ohne zusätzliche Schnittstellen auf eine leistungsfähige



Medienverwaltung zuzugreifen. Um das System nicht zu überfrachten und den Fokus auf der Zielgruppe zu halten, wurden bewusst andere technische Erweiterungen ausgeschlossen.

Goodson feiert Erfolge mit Contentserv

Neben der eignen PIM-Software mit Fokus auf KMUs hat Goodson seit 2019 die Enterprise-Lösung von Contentserv im Portfolio. 2021 gelang es Goodson gleich zwei namhafte, international agierende Neukunden an Bord zu holen. Die zwei österreichischen Unternehmen W&H Dentalwerk und Fronius starteten mit der Contentserv-PIM-Lösung durch und setzen auf mehr effizientes Produktmarketing und eine stringente Customer Journey.

Aufgrund der hohen Nachfrage nach PIM-Systemen durch die Baubranche, kooperiert Goodson seit 2021 mit BIMsystems. Das Unternehmen mit Sitz in Stuttgart hat sich auf intelligentes Informationsmanagement in der Bauplanung spezialisiert und bietet ein cloudbasiertes BIM-System für Hersteller, Händler und Modulbauer an. Durch die Zusammenarbeit wird - über die gesamte Wertschöpfungskette von Bauprodukten hinweg - ein zentrales Informationsmanagement geschaffen. Durch die Integration der PIM-Lösungen von Contentserv und mediaSolution3 in die BIM-Lösung von BIMsystems wird ein höchst effizienter Workflow für Bauzulieferer erreicht.

Neue Partner für mehr Output

Um Kunden weiterhin ein Maximum an Service- und Produktqualität zu gewährleisten, setzte Goodson auf die Verstärkung in der Systemintegration. atnexus, Experte im Bereich Digitalisierung und Information Excellence, wurde neuer Vertriebs- und Implementierungspartner. Ziel ist es, die PIM-Software mediaSolution3 auf dem deutschsprachigen Markt noch mehr zu positionieren.



„WIR SETZEN AUF JUNGE TALENTE, FRAUEN UND QUEREINSTEIGER“

IM GESPRÄCH

Unser Arbeitsleben hat sich in den letzten Jahren stark verändert. Mitarbeiter*innen müssen immer mehr Flexibilität, Agilität und Anpassungsfähigkeit beweisen. Themen wie Resilienz, Vereinbarkeit von Familie und Beruf und Frauen in der Arbeitswelt wurden zum aktuellen Dauerbrenner in der Unternehmensführung. Hansjörg B. Gutensohn im Gespräch mit Alexandra Baldauf, Katharina Rauch, Markus Leitner und Martin Schmidinger.

Hansjörg: Unsere Unternehmenskultur stellt den Menschen mit all seinen Bedürfnissen und Anliegen in den Mittelpunkt. Das gilt für unsere Kund*innen und für unsere Mitarbeiter*innen. Wir leben das bei Goodson seit vielen Jahren. Und gerade in der Pandemie hat sich diese Strategie sehr bewährt. Homeoffice erfordert ein starkes Vertrauen in sein Team. Die letzten zwei Jahre haben gezeigt, dass wir ein gutes Team sind, schnell auf neue Situationen reagieren und uns neue Workflows aneignen können. Verlässlichkeit, Hilfsbereitschaft und Transparenz waren noch nie so wichtig wie in den letzten zwei Jahren. Ich finde, wir haben das im Team sehr gut gemeistert. Was meint ihr?

Martin: Ja, dem kann ich nur zustimmen. Wir sind definitiv an der Pandemie gewachsen. In kürzester Zeit haben wir für alle Mitarbeiter*innen die entsprechende Infrastruktur geschaffen, um Kund*innen remote zu betreuen. Da half es, dass alle an einem Strang gezogen haben. Ich finde, seit der Pandemie ist die Hilfsbereitschaft und das Miteinander im Team noch stärker geworden. Das ist mit Sicherheit eine positive Entwicklung.

Hansjörg: Markus, du bist noch relativ neu im Team. Wie empfindest du das?

Markus: Ich bin seit Oktober 2021 im Unternehmen. Überwiegend arbeite ich von zu Hause aus, da ich in Tirol lebe. Auf mobiles Arbeiten war Goodson bestens vorbereitet. Die Zusammenarbeit mit meinen

Kolleg*innen war von Beginn an sehr gut. Obwohl ich nur zwei Tage in der Woche in der Firma bin, hatte ich nie das Gefühl nicht Teil des Teams zu sein.

Katharina: So geht es mir auch. Eine räumliche Distanz oder wie bei mir eine Teilzeit-Anstellung birgt ja oft die Gefahr, dass man in gewisse Prozesse, Entscheidungen nicht mehr involviert ist oder aus dem Teamgefüge ausgeschlossen wird. Und dieses Gefühl habe ich zu keinem Zeitpunkt.

Markus: Genau. Jeder trägt mit seinem Können, seinem Wissen und seiner Persönlichkeit zum Erfolg bei und wird dafür geschätzt. Das ist schön. Unternehmen sprechen ja immer von gegenseitigem Respekt, aber ob dieser dann tatsächlich auch gelebt wird, ist ja immer so eine Sache.

Alexandra: Mit meinen 25 Jahren bin ich bei Goodson die Jüngste im Team und unter den Business Consultants noch dazu die einzige Frau. Genau der von dir erwähnte Respekt wird mir bei Goodson täglich entgegengebracht. Ich habe nicht das Gefühl, dass sich Frauen bei uns mehr durchsetzen müssen als Männer. Oder dass ich aufgrund meines Alters weniger ernst genommen werde. Die Wertschätzung mir und meinen Fähigkeiten gegenüber ist zu jedem Zeitpunkt zu spüren.

Hansjörg: Ich freue mich über weibliche Verstärkung im Team. Bis dato wird die IT-Branche ja sehr von Männern dominiert. 2021 war das umsatzstärkste Jahr seit Bestehen des Unternehmens. Die Vielzahl an Projekten macht es erforderlich, unser Team weiter auszubauen. Dabei sind auch wir bei der Suche nach qualifiziertem Personal mit dem Fachkräftemangel konfrontiert. Wir setzen unter anderem auf junge Talente, Frauen und Quereinsteiger. Wir wollen sie mit verschiedenen Kampagnen für einen Technikberuf begeistern.

Katharina: Um Frauen anzusprechen, müssen sich Unternehmen mit den täglichen Herausforderungen von Frauen auseinandersetzen. Themen wie die Vereinbarkeit von Familie und Beruf sowie Gleichberech-

tigung spielen eine große Rolle bei der Jobsuche. Sind diese Voraussetzungen gegeben? Wie kann ich Frauen für Technikberufe, die ja in den Köpfen vieler nur Männern vorbehalten sind, begeistern? Wie erhalten Frauen mehr Selbstbewusstsein in Bezug auf technische Aufgaben?

Hansjörg: Bei Goodson setzen wir uns schon lange intensiv damit auseinander, da wir ein großes Potenzial in diesem Bereich sehen. Diversität ist fest in unserer Unternehmenskultur verankert. Das Geschlecht, Alter, die Herkunft und Sexualität unserer Mitarbeiter*innen ist insofern wichtig für uns, da wir sie als Bereicherung ansehen. Diverse Teams leisten mehr Output. Das bestätigen auch Studien.

Martin: Denken wir an Ada Lovelace, Grace Hopper, Gina Häußge. Alles inspirierende Frauen, die die Geschichte der IT sehr geprägt haben.

Hansjörg: Ein weiteres großes Thema 2021 war jenes der Resilienz. Aufgrund der voranschreitenden Digitalisierung, Globalisierung und zuletzt der Pandemie fühlen sich viele Arbeitnehmer*innen überlastet. Das Wohlergehen unserer Mitarbeiter*innen ist mir ein großes Anliegen. Daher möchten wir in naher Zukunft allen die Möglichkeit einer externen Mitarbeiterbeurteilung anbieten. An diese können sie sich bei Sorgen und Problemen jeglicher Natur wenden. Ein Unternehmen ist immer nur so stark wie seine Mitarbeiter*innen. Daher wollen wir diese stark machen, um langfristig gemeinsam erfolgreich zu sein.

Katharina Rauch:
Katharina ist bei Goodson für das Marketing und die Kommunikation zuständig. Die Mutter von zwei Kindern arbeitet derzeit in Teilzeit bei Goodson.

Alexandra Baldauf:
Mit 25 Jahren ist Alexandra die jüngste Mitarbeiterin im Unternehmen. Seit 2021 verstärkt sie den Bereich Business Consulting.

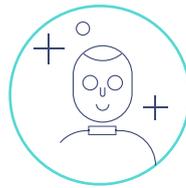
Markus Leitner:
Markus ist Business Consultant bei Goodson. Da er in Tirol lebt, nutzt er öfters die Möglichkeit des Homeoffice.



Martin Schmidinger:
Martin ist Softwareentwickler bei Goodson. Er ist seit über 15 Jahren bei Goodson tätig.

Hansjörg B. Gutensohn:
Seit 20 Jahren ist Hansjörg Geschäftsführer von Goodson. Das Wohl seiner Mitarbeiter*innen ist ihm seit jeher ein großes Anliegen.

MITARBEITER WACHSTUM



Die Suche nach Fachkräften ist nach wie vor ein Dauerbrenner-Thema in vielen Digitalagenturen. IT-Unternehmen sind davon in besonderem Maße betroffen. Umso mehr freut sich Goodson, dass 2021 ein großer Zuwachs an neuen Mitarbeiter*innen stattfand. Das Team wuchs um neue Expert*innen aus den Bereichen Software- und Webentwicklung und Business Consulting an.

Wir sind neu bei Goodson!



**Alexandra Baldauf,
Business Consultant**

„Frauen in Digitalagenturen sind nach wie vor rar. Dass bei Goodson Diversität gelebt wird, gefällt mir daher sehr gut. Die Zusammenarbeit mit Kunden und im Team erfolgt immer mit gegenseitigem Respekt und auf Augenhöhe.“



**Alejandro Olvera,
Webentwicklung**

„Bei Goodson arbeite ich in einem jungen und motivierten Team aus sechs Nationen. Das Unternehmen bietet mir tolle Entwicklungschancen und erlaubt mir meine gesammelten Erfahrungen in die Kundenprojekte einzubringen.“

**Markus Leitner,
Business Consultant**



„Ich schätze an Goodson, dass hier eine Kultur gelebt wird, die einen hohen fachlichen Wissenstand für Digitalisierung, den „Factor Mensch“ und ein wertschätzendes Miteinander als zentrale Elemente für Erfolg sieht.“

**Andreas Lechner,
Business Consultant**



„Ich mag bei Goodson die spannenden, abwechslungsreichen Projekte, die Herausforderungen und das kollegiale Miteinander im Team.“



**Markus Pazal,
Softwareentwicklung**

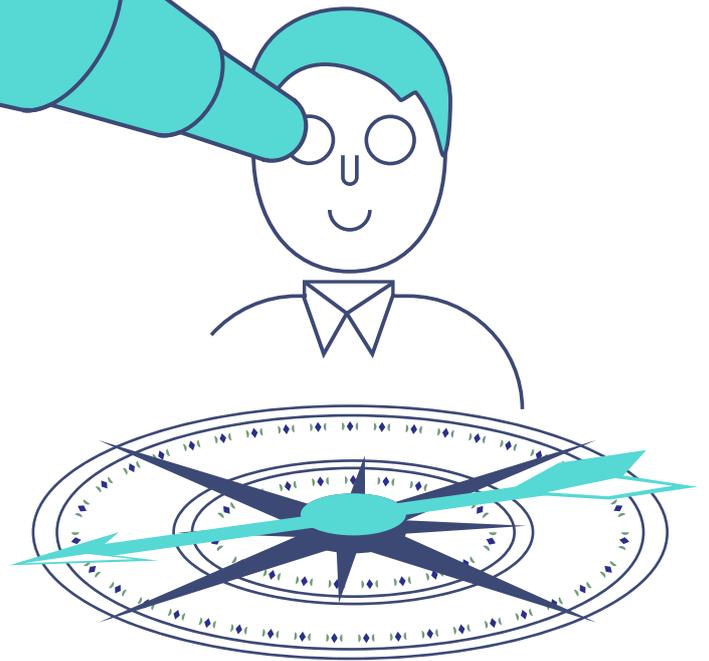
„Bei Goodson steht der Mensch im Mittelpunkt. Hier werde ich gesehen und geschätzt. Meine Arbeit trägt zum Erfolg des Unternehmens bei, ohne dass ich auf eine gesunde Work-Life-Balance verzichten muss.“



**Adrian Hämmerle,
Softwareentwicklung**

„Ich war auf der Suche nach einem zukunftsorientierten, modernen Unternehmen, welches mir die Möglichkeit zur persönlichen Entfaltung bietet. Bei Goodson bin ich fündig geworden.“

VISION UND MISSION



Wir beraten unsere Kund*innen umfassend und langfristig in den Bereichen Digitalisierung und Organisationsentwicklung. Bis zur Projektumsetzung sind wir an ihrer Seite. Wir gehören zu den führenden Implementierungspartnern für Product Information Management-Systeme (PIM-Systeme), E-Business-Lösungen und Digital Publishing-Konzepte. Unser Ziel ist es, den Erfolg für unsere Kund*innen zu erhöhen.

Unsere Vision

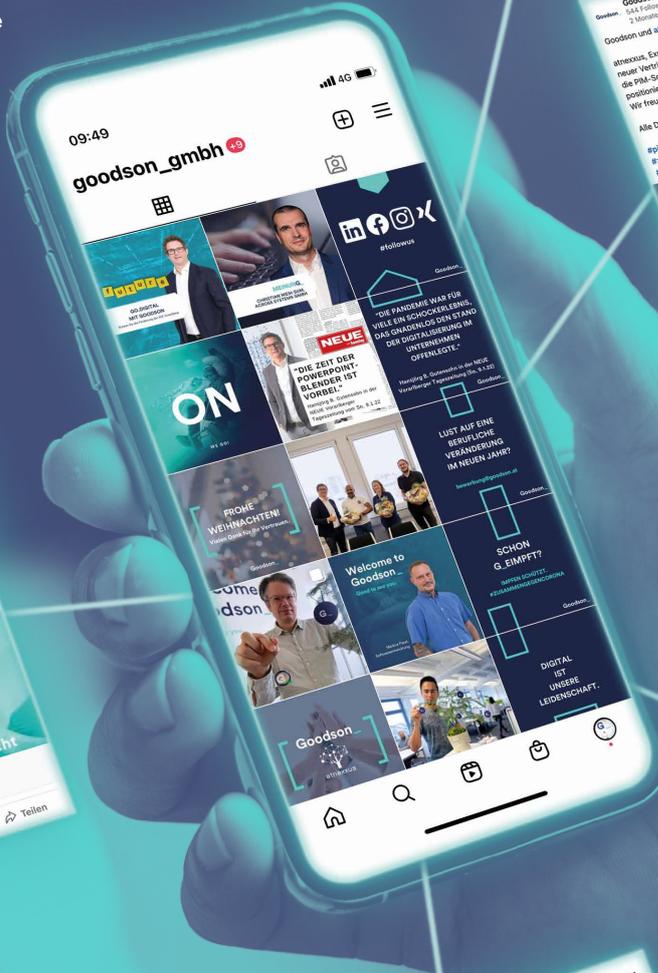
Eine neue Individualität, die digital und analog erlebbar ist. Goodson bietet führende Produktkommunikationslösungen für den größtmöglichen Erfolg seiner Kund*innen in analogen und digitalen Kommunikationskanälen. In jeder Phase der Zusammenarbeit überzeugt Goodson durch gesamtheitliches, fokussiertes und verlässliches Handeln. Starke Beziehungsnetzwerke und eine transparente Kommunikation auf Augenhöhe schaffen ein Unternehmensumfeld, in dem die Leistung jedes Einzelnen sowie deren Anerkennung und Wertschätzung im Mittelpunkt stehen.

Unsere Mission

Goodson bietet integrierte Lösungen und eine stets hohe Dienstleistungsqualität. Alle Leistungen entstehen in einer partnerschaftlichen Zusammenarbeit mit den Kund*innen. Durch zukunftsweisende Strategien und den Aufbau adäquater Strukturen setzt Goodson Produktdaten als strategische Unternehmenswerte in das Herz des Kunden-Unternehmens. Goodson unterstützt damit den Kund*innen, effizienter zu arbeiten, Kosten zu senken, Risiken zu minimieren und schneller zu wachsen.

SOCIAL MEDIA 2021

2021 war viel los!
 Unsere Social Media-Kanäle wuchsen um viele neue Follower an.



WIR VERTRAUEN GOODSON



SUISSELEARN

ACE

RIEGLER
Druckluft und Pneumatik

HERTH+BUSS

RIBAG

MESSERLE
WAS DER ALLES HAT

Leuze

unifix

geiser
www.gela.ch

PLOBERGER

GOLL

**meier
tobler**

WOHLHAUPTER

**DIETZEL
UNIVOLT**
Installationsysteme für die Elektrotechnik

lista office **LO**

ESSER
by Honeywell

SPIRAL
VIEL MEHR ALS ALLES

rexel

eka Klingseisen
Werkzeuge & Maschinen

ACKERMANN
by Honeywell

PREFA

KLOTZ
interfaces

ALESA
...us de Schwiz

GIMOTA

BOSSARD
Proven Productivity

Fronius

BACHEM

W&H

EXPERIENCE THE DIFFERENCE