



WISSENSVERNETZUNG DURCH EXPERTENRUNDEN

Kaum ein Unternehmen kann heute auf effiziente Informationssysteme verzichten: zur Unterstützung interner Prozesse oder zur Kommunikation nach außen. Über Erfolg oder Misserfolg entscheidet dabei, ob den Mitarbeitern oder Kunden alle notwendigen Informationen zur richtigen Zeit am richtigen Ort zur Verfügung stehen. Die David GmbH erarbeitet auf Basis der Analyse existierender Geschäftsprozesse ganzheitliche und flexible Lösungen – in enger Zusammenarbeit mit dem Kunden und unter Einbeziehung professioneller Verfahren und Methodiken. Funktionale und systemtechnische Anforderungen werden dabei ebenso berücksichtigt wie der organische Kontext und die Ergonomie. Auf Basis der so entstandenen Konzepte entwickelt David vielschichtige interaktive Softwaresysteme und integriert diese nahtlos in die bestehende IT-Infrastruktur heterogener Kundensysteme.

„Seit der Gründung 1991 haben wir eher die leisen Töne gespielt. Unser Bekanntheitsgrad hält sich deshalb in Grenzen“, so Geschäftsführer Frank Ptok. Künftig werden die vielen Speziallösungen, die von den derzeit rund 60 Mitarbeitern im Bereich Automotive entwickelt wurden, stärker auf andere Branchen übertragen – umso mehr, als einige von ihnen auch weltweit eingesetzt werden. Als Beispiel nennt Frank Ptok eine für VW entwickelte Software, die Qualitätsinformationen, -berichte und -überwachung in der Rohbauphase von Fahrzeugen auswertet. Ebenfalls für VW wurde ein System entwickelt, das die verschiedenen Abteilungen im Entwicklungsprozess der Fahrzeugelektronik miteinander vernetzt. In seiner Durchgängigkeit und Tragweite, so Ptok, sei dies bislang einzigartig im Bereich Automotive.

Das Prozess-Know-how von David, berichtet er, sei branchenübergreifend: „Die informationstechnischen Herausforderungen eines Herstellers für elektronische Geräte und beispielsweise die eines Werkzeugmaschinenherstellers sind zu 80 Prozent identisch.“ So entwickelte die David GmbH etwa kürzlich für ein international agierendes Stahlunternehmen ein System zur Dokumentation und Recherche von Prüfergebnissen: eine Datenbank mit den Eigenschaften verschiedener Stähle, die nun intern sowie für die externe Vermarktung eingesetzt wird. Aktuell gibt es erste Kontakte mit Unternehmen aus dem Energie- sowie Umweltmanagement.

Verstärkt werden potenzielle Kunden unterschiedlicher Branchen nun auch zu Expertenrunden und Inhouse-Events eingeladen. Von den Bestandskunden werden diese Angebote bereits seit vielen Jahren geschätzt. „Als Dienstleister sehen wir uns auch in der Rolle, die Kommunikation beim Kunden zu fördern. Die Expertenrunden ermöglichen, Know-how im Unternehmen zu vernetzen“, erläutert Marketingleiter Georg Türk. Oft kenne ein Mitarbeiter zwar die Büro-Peripherie, wisse aber kaum, wel-

che IT-Lösungen drei Flure weiter eingesetzt werden. „Wir bringen deshalb die Mitarbeiter verschiedener Abteilungen zusammen, diskutieren Probleme, erörtern Ideen und stellen geeignete Anwendungen vor.“ Auf diese Weise würden die Prozesse transparent. Der Wissensvermittlung dienen darüber hinaus sporadisch angebotene Inhouse-Events mit Themenbezug, um Einblick in neue Entwicklungen zu geben. Die letzte Veranstaltung drehte sich zum Beispiel um die Technologie Serviceorientierter Architektur. „In einer halbtägigen Veranstaltung geben wir jeweils einen Überblick über das Thema und präsentieren realisierte Projekte. Zum Abschluss erhalten die Teilnehmer ein rund 50-seitiges Handout, um nicht nur eine Werbebroschüre herauszuschicken, sondern konkret den Nutzen zu verdeutlichen.“ Gepflegt wird der Kundenkontakt zudem durch personalisierte, genau auf die Kundenbedürfnisse zugeschnittene Infomails, in denen aktuelle Ideen und Lösungen vorgestellt werden.

Großer Wert, so Frank Ptok, werde darüber hinaus auf engen Kontakt zu Fachhochschulen und Universitäten gelegt: Studenten nutzen praxisnahe Themen für Diplomarbeiten sowie Praktika zum Berufseinstieg; die Vorstellung der Diplomarbeiten und das anschließende Kolloquium mit dem Professor finden dann häufig in den Räumen der David GmbH statt – in Anwesenheit interessierter Studenten. Auch bei Tagen der Klausureinsicht oder Tagen der offenen Tür präsentiert sich das IT-Unternehmen mit eigenen Ständen. „Studenten sind mitunter durch die üblichen Formulierungen in Stellenanzeigen abgeschreckt. Sie glauben, dass sie den Anforderungen nicht gewachsen sind. Der persönliche Kontakt baut Brücken und ist uns sehr wichtig.“ Schließlich seien die Studenten von heute nicht nur willkommene neue Mitarbeiter, sondern auch potenzielle Kunden von morgen.

Weitere Informationen:
www.david-bs.de