

„Mehr Potenz“ für das eBusiness

Ziel der A Eins I.T. GmbH in Wittlich: Optimale Software für Einkauf, Verkauf und Marketing in einheitlicher Systemumgebung



Andy Altmeyer führt als Geschäftsführer von A Eins I.T. ein 17 Personen starkes Team, das überwiegend aus Akademikern besteht.
Foto: Thewalt

In Wittlichs Konversionsgebiet wird seit zehn Jahren ein Versprechen gelebt, das auf den ersten Blick bescheiden klingt: „E-Business wird durch uns nicht anders. Aber es funktioniert“, lautet die Devise des zurzeit 17 Köpfe starken Teams um Firmengründer und Geschäftsführer Andy Altmeyer. Die reibungslose Funktionalität der hier entwickelten IT-Lösungen scheint jedoch durchaus alles zu verändern im Reich des elektronischen Handels, denn für die deutschlandweit und im benachbarten europäischen Ausland ansässige Klientel ist das in der Region Trier eher wenig bekannte Unternehmen der Marktführer bei der Optimierung von Schnittstellen zwischen Herstellung, Einkauf und Verkauf. Die so genannten „engines“ für den Einkauf, für das Herstellernetzwerk und für das professionelle Editieren von Broschüren oder Katalogen sind speziell auf den Bedarf der IT-Branche zugeschnitten. Dabei wären sie generell genauso geeignet für alle anderen Branchen, die ihre Warenströme zwischen Fertigung, Vertrieb und Endverbraucher online vernetzt organisieren können – also auch für den klassischen Mittelstand der Region.

GANZHEITLICHES ENGAGEMENT FÜR DAS GESCHÄFTSFELD

Doch die Fokussierung auf die eigene Produkt- und Dienstleistungswelt der Informationstechnologie geschieht bewusst. „Wir arbeiten nach der Philosophie, dass wir unsere Fähigkeiten dort unter Beweis stellen, wo wir selbst leben und inhaltlich zu Hause sind“, erläutert Andy Altmeyer die Zielsetzung, maximale Leistung durch die Konzentration auf die Kernkompetenzen zu erbringen. Die Verbindung von Warenwirtschaftssystemen erzwingt den Einsatz der stets neuesten Technologien. „Dem muss man sich permanent und mit hundertprozentigem personellem Einsatz widmen, das geht nur ganz oder gar nicht“. Das Internet sei erwachsen geworden und längst mehr als ein bloßes Schaufenster, sondern eine komplette und multilaterale Dialogplattform. Die Entwicklung ermögliche ganz andere Dimensionen der Nutzung eines Webauftritts, die nicht brach liegen sollten.

Vor diesem Hintergrund hat die A Eins I.T. GmbH ein Portfolio entwickelt, das sie 21st Mall Channel Sales Engine nennt. Ihr Modul der Content-Engine bietet nach Auskunft des Unternehmens den „weltweit besten“ IT-Produktkatalog mit allen wichtigen Informationen zu über 90 000 Produkten – für den Einkauf der IT-Händler eine wertvolle Datenbasis. Die Shop-Engine verbindet Online-Shops von Herstellern wie Toshiba, HP, IBM oder Acer mit den Händlern, so dass die als regionale Business-Partner von der Verbraucher-Nachfrage an diesen Markenprodukten profitieren können. Die Flyer Engine schließlich macht es dem Händler möglich, die über die Content-Engine übermittelten Daten in attraktive und übersichtlich gestaltete Dokumente – auch mit kundenspezifischer Kalkulation von Angeboten – zu verwandeln. „Schlussendlich vernetzen wir die gesamte IT-Branche ohne die bislang unvermeidlichen Brüche in der Datenübermittlung, die Abläufe bleiben reibungslos im Hintergrund.“ Vor allem angesichts immer kürzerer Produktzyklen sei es für Hersteller und Händler wichtig, mit Hilfe derartiger IT-Lösungen schnell miteinander vernetzt und zielsicherer mit Informationen beim Kunden zu sein.

Relevant gerade auf den globalisierten Märkten sei, dass die von der A Eins I.T. GmbH entwickelten eCommerce-Systeme mit hohem Verbraucherschutz überall rechtlich unbedenklich sind: „Eine externe Kanzlei berät uns in punkto Rechtssicherheit. Das ist für unsere Klientel ein wichtiges Argument“, so Altmeyer.

STANDORTWAHL ALS ÜBERZEUGUNGSTAT

Die Kundenstruktur von A Eins I.T. GmbH bringt es mit sich, dass das Unternehmen weit über den Tellerrand des eigenen Standorts hinausblickt. „Normalerweise säße eine Firma wie unsere in einem Ballungsgebiet und würde ihre Beschäftigten mit einem Umfeld locken, das ‚hip‘ und kosmopolitisch ist. Doch bei uns ist alles anders“, beschreibt Andy Altmeyer die Entscheidung, als gebürtiger Wittlicher mit seiner eigenen Betriebsgründung schlicht dort zu bleiben, wo seine Wurzeln sind. „Ich habe den Ehrgeiz, eine Erfolgsgeschichte ausgerechnet hier zu schreiben und aus dieser ländlichen Umgebung heraus mit den größten global playern umzugehen. Ich möchte anderen Mut machen: Traut euch, es von hier aus zu schaffen!“ Die Schwäche des Standortes sei im Grunde genau die Stärke seines Teams: Hier gebe es relativ wenig Ablenkung, dafür viel Freiraum für Erholsames ringsum und eine Mentalität, die innerhalb der Belegschaft viel Nähe und direkten Austausch begünstigt. Die so gut wie nicht vorhandene Personalfuktuation unter den Mitarbeitern – überwiegend Akademiker, die aus der Region Trier oder vom Fachbereich Informatik der Universität stammen und im Unternehmen passgenau weitergebildet wurden – zeigt, dass Altmeyer mit dieser Strategie richtig liegt. Der erste Auszubildende, der seine Lehre zum Anwendungsentwickler hier absolviert hat, wird nun übernommen.

Zur Mitarbeiterbindung tragen die sehr flachen Hierarchien bei, zu denen allerdings eine schnörkellose Disziplin gehört, das vertrauensvolle Diskussionsklima und die Möglichkeit, eine ausgewogene Balance zwischen Beruf und Privatleben zu finden, ohne bei allem notwendigen Engagement vom Job aufgezehrt zu werden. Dennoch gibt es offene Posten auf der Wunschliste in punkto Personal: „Es ist relativ schwer, neue Fachkräfte von außen hierher zu holen. Denn Luxemburg ist eine vom Lohngefüge her zu attraktive Konkurrenz. Auch die branchenspezifischen Vorbedingungen auf dem hiesigen Arbeitsmarkt sind nicht ideal, denn es gibt nennenswerte Defizite bei der IT-Vorbildung – die Region ist nicht IT-affin, allein die Versorgung mit schnellen Breitbandverbindungen ist desolat. Für die Informationstechnologie brauchen wir hier ein anderes, moderneres Bild vom Unternehmertum und Thementreiber, die Dinge voran bringen“, ist Altmeyer überzeugt.

ROUNDTABLES UND AWARDS SORGEN FÜR AUFMERKSAMKEIT

Nach außen spielt die A Eins I.T. GmbH gekonnt auf einer Klaviatur von öffentlichkeitswirksamen Maßnahmen, die für Kundenbindung und ein großes Renommee innerhalb der IT-Branche sorgen. So vergab das Unternehmen auf der diesjährigen CeBIT bereits zum dritten Mal die eBusiness-Awards für besonders clevere Ideen im Bereich des eProcurement mit dem Ziel der Optimierung von Margen und Vereinfachung von Prozessen. Eine ausgefeilte eigene Firmenzeitung namens „Zeitpunkt“ und brancheninterne „round tables“, die im Wittlicher Lindenhof stattfinden, tragen zur ganzheitlichen PR-Strategie bei. „Offenbar schaffen wir es, unsere leise Effizienz für die Kunden sehr plausibel zu machen. Wenn wir zum eBusiness-Roundtable einladen, haben wir oft einen Rücklauf von hundert Prozent. Die Befragungen ergeben, dass vor allem die offene, lern- und persönlichkeitsfördernde Atmosphäre geschätzt wird und die Wertigkeit der Veranstaltung für die eigene Planung und Weiterentwicklung der Gäste.“

Die Lebendigkeit dieser Roundtables finde sich im Alltag des Team und im kontinuierlichen Kontakt mit den Kunden wieder: „Wir kommen, wenn es Probleme zu lösen gilt, und leisten eine Arbeit, die quasi eine Operation am offenen Herzen ist. Es ist immer transparent, was wir tun. Da können auch Fehler vorkommen, doch genau daraus ergeben sich wieder neue Ideen und Kommunikationsstränge.“ Eine solche permanente Lernfähigkeit halte wach – die Voraussetzung für jene ausgereifte Perfektion, die schließlich dem Kunden begegnet. Die A Eins I.T. GmbH, so betont Andy Altmeyer, habe nichts von der einst in der Informationstechnologie grassierenden New-Economy-Verspieltheit, sondern sie arbeite eher „altmodisch“ im Stil – und sehr effizient.

Angelika Koch