

Quellcode des Erfolgs

Konsequent kundenorientiertes Wachstum, Begeisterung und Verantwortung sind die Grundlagen des unternehmerischen Erfolges von PC-WARE. Das Ziel ist der Aufstieg in die Liga der weltweit agierenden IT-Dienstleister.

Text: Kai Bieler Fotografie: PC-WARE; Dietmar Fischer



Konsequent am Kunden

In seiner Wachstumsstrategie folgt PC-WARE den Wünschen seiner Kunden, in neue Märkte und mit neuen Angeboten.

Der kontinuierliche Erfolg der PC-WARE Information Technologies AG scheint nahezu immun gegen konjunkturelle Schwankungen und sich verändernde Marktbedingungen. Gegründet im Jahr 1990 ist aus dem Start-up mit drei Mitarbeitern heute eine Gruppe mit Tochtergesellschaften in 19 Ländern und 700 Millionen Euro Umsatz gewachsen. Deren 1.200 Mitarbeiter betreuen weltweit rund 85.000 Kunden.

Die ehrgeizigen Ziele gehen Dr. Knut Löschke, Gründer und Vorstandsvorsitzender von PC-WARE, auch heute nicht aus. Mit dem Ausbau des Leistungsportfolios sowie der Erschließung neuer Märkte und Zielgruppen will sich Europas Nr. 1 im Softwarelizenzmanagement bis 2009 in der Liga der weltweit agierenden IT-Dienstleister etablieren und über die Umsatzgrenze von 1 Mrd. Euro vorstoßen. Das Betriebsgeheimnis dahinter ist eigentlich keins: eine am Kunden ausgerichtete Wachstumsstrategie sowie eine wertorientierte Unternehmenskultur, die auf Verantwortung und Begeisterungsfähigkeit beruht. Letztere beginnt bereits beim Umgang mit den Mitarbeitern. „Nur wenn Begeisterung auf der Seite des Dienstleisters existiert, kann dieser Funken auf den Kunden überspringen. Dieser „Virus“ wird aber nur von Menschen übertragen. Also tun wir alles, um unsere Mitarbeiter von unseren Zielen und Werten zu begeistern“, so Dr. Löschke.

Und das ist eine ganze Menge. Zum Beispiel die Kooperation mit einem Leipziger Kindergarten, die es Müttern und Vätern ermöglicht, sich wieder ohne Probleme ins Berufsleben einzugliedern. Dazu gehören übrigens familienfreundliche, flexible Arbeitszeiten. Für die Erhaltung der Gesundheit seiner Mitarbeiter stellt der herstellerunabhängige IT-Dienstleister Angebote für Rückentraining sowie Impfungen und Massagen während der Arbeitszeit zur Verfügung. Die Fach- und Führungskräfte werden seit 1997 in der hauseigenen PC-WARE Aka-

demie oder in externen Schulungen umfassend anhand individueller Qualifizierungspläne weitergebildet. Neben der Unterstützung von Schulen und Hochschulen durch Dozententätigkeiten bildet PC-WARE auch aus, aktuell 120 Studenten und Lehrlinge weltweit. Eine weitere Selbstverständlichkeit für Knut Löschke: „Wir brauchen ja die Fachkräfte in den nächsten Jahren.“

Zweiter fester Bestandteil der Unternehmenskultur ist gesellschaftliche Verantwortung. Die wird aber nicht als finanzielle

Partnerschaften zum gegenseitigen Vorteil statt milder Gaben, lautet das Motto von PC-WARE.

Erfüllung imaginärer Ansprüche verstanden, sondern als Partnerschaft zum gegenseitigen Vorteil und zur nachhaltigen Lösung von Problemen gelebt. So wird an der Niederlassung im südafrikanischen Johannesburg die Ausbildung von 20 Kindern vom Kindergarten bis zum Highschool-Abschluss ermöglicht. Denn der Zugang zu Bildung ist die nachhaltigste Hilfe im Kampf gegen die Armut.

Auch beim Kultursponsoring zeigt sich dieser Ansatz. Neben einer Vielzahl lokaler Projekte in den Tochtergesellschaften unterstützt und initiiert der Konzern zunehmend Vorhaben mit internationalem Anspruch – parallel zur globalen Wachstumsstrategie. Seit Februar ist PC-WARE Premium-Mitglied im „Sponsor's Club“ des Leipziger Gewandhausorchesters. Die Partnerschaft sei ein besonderer Glücksfall, so Dr. Löschke, weil das Orchester wie sein Unternehmen international auf einem hohen Niveau und als Botschafter Leipzigs agiere. Und in Zukunft wird PC-WARE auf den weltweiten Tourneen ein Teil dieser Botschaft sein.

Gewinnbringende Zusammenarbeit statt milder Gaben – das steckt auch hinter der Idee einer regelmäßigen Leipziger Kulturmesse, die Dr. Knut Löschke im Februar auf der Konferenz „Living Culture – Bedeutung von Kultur an Wirtschaftsstandorten“



Living cultures

Ein regelmäßiges Forum für den Austausch zwischen Wirtschaft und Kultur auf Augenhöhe. Das steckt hinter der Idee von PC-WARE für eine jährliche Leipziger Kulturmesse.

vorstellte. Die von PC-WARE organisierte Veranstaltung sollte als Auftakt für die verstärkte Kommunikation und Zusammenarbeit zwischen Unternehmern und Künstlern fungieren. „Dabei geht es nicht um gegenseitige Forderungen sondern um die Öffnung für die Bedürfnisse des Anderen.“ Angesichts leerer öffentlicher Kassen bestehe eine große Notwendigkeit neue Wege zu beschreiten, begründet Löschke die neueste Initiative seines Unternehmens in Sachen Kultur.

Bereits seit 1994 sind, – ausgehend von Leipzig – wechselnde Ausstellungen mit Malerei, Fotografie und Skulpturen zum Aushängeschild von PC-WARE geworden. Über 85 von ihnen hat Petra Löschke seitdem organisiert und die Vernissagen als Marketinginstrument des Konzerns erfolgreich etabliert. Dessen Entwicklung begleitet die Kunst auch „thematisch“. So ist es kein Zufall, dass derzeit in Leipzig die Ausstellung „Verdiente Freiheit“ auf 130 Fotos zwölf Unternehmerrinnen aus Shanghai und ihren Weg in die

Selbstständigkeit zeigt. Denn kurz nach der Gründung der russischen Tochtergesellschaft gab PC-WARE Ende März die Expansion nach China bekannt. Die Niederlassung in Peking soll bereits im ersten Geschäftsjahr circa fünf Millionen Euro zum Konzernumsatz beitragen. Mit dem Eintritt in die beiden Wachstumsmärkte folgt das Unternehmen „den Wegen der Kunden, die dort bereits vertreten sind“, so Dr. Knut Löschke. „Ihnen können wir nun unsere Services vor Ort auf gewohnt hohem Qualitätsniveau anbieten.“

Dazu werden neben den Kerngeschäften Softwarelizenzierung, Softwaremanagement und Software Asset Management in Zukunft verstärkt Angebote für IT-Services und Consulting gehören, um sich als globales Systemhaus zu etablieren. Das Ziel: begeisterte Kunden weltweit. Der Weg dahin ist bei PC-WARE keine Einbahnstraße. □

Weitere Informationen: www.pc-ware.de