

Adarvo baut Vertriebsnetz auf

Die Chamer Adarvo sucht für ihre Kommunikationslösung Partner.

■ VON PRISKA ROELLI

Als Sesam-Gründer Christoph Burkhard die Adarvo Ltd. aus der Taufe hob, um sein neuestes Software-Projekt Adarvo Themeware unters Schweizervolk zu bringen, sagte er zu IT Reseller, dass der Markt sich erst in ein paar Jahren für diese Art von Software öffnen werde. Heute, knapp drei Jahre später, haben Kunden wie beispielsweise Siemens Business Services die browserbasierte und nach eigenen Angaben «themenbezogene Kommunikationsplattform» im Einsatz. Andreas Müller, Vice President Marketing & Sales von Adarvo, sagt nicht ganz ohne Stolz: «Rund 70 Unternehmen haben Adarvo Themeware bereits im Einsatz, und wir mussten bis heute noch keinen Pilotserver beim Kunden unverrichteter Dinge wieder nach Hause nehmen.»

Alles dreht sich um Themen

Dass eine Software-Lösung auf dem Aspekt der Themenorientierung basiert, ist nach Müllers Angaben einzigartig. So können Benutzer ihre gesamte Kommunikation, Organisation und Zusammenarbeit auf ein oder

mehrere Themen ausrichten. Der Anwender findet alles zum Thema übersichtlich in einem Fenster. Dazu gehören nicht nur Word- und Excel-Dokumente oder Powerpoint-Präsentationen, sondern auch E-Mails, Termine, URLs und Links, Kommentare, Diskussionen, Pendenzen, Kontakte, Preislisten etc. Die Lösung eignet sich nicht nur für den Informationsaustausch innerhalb eines Unternehmens, sondern kann auch mit externen Usern genutzt werden, vorausgesetzt natürlich, dass beide die Chamer Software-Lösung im Einsatz haben. Vor allem diesen Aspekt will sich Adarvo auch zunutzen machen und zielt auf den Multiplikationseffekt im Vertrieb. Auch ist der Einsatz unabhängig davon, welches ERP-, Archiv- oder Dokumenten-Management-System bereits im Einsatz ist. Und verglichen mit der Konkurrenz, kann Adarvo mit einem Bonuspunkt aufwarten: Die Software läuft nicht nur auf Windows-PCs, sondern auch auf Mac- und Linux-basierten Computern.

Mit Partnern zum Erfolg

Dass Adarvo diesen Erfolg auch seinen mittlerweile 15 Partnern zu ver-

danken hat, weiss man in Cham. Müller: «Adarvo selber sieht sich als Software-Hersteller, der die Kompetenzen des Vertriebs, sprich der Partner, braucht.» Müllers wichtigstes Anforderungskriterium an neue Partner ist betriebswirtschaftliches Know-how und Kenntnisse der Organisationswirtschaft innerhalb eines Unternehmens. Müller selber legt auf einen persönlichen Kontakt nicht nur zu den Partnern, sondern auch zu den Kunden grossen Wert. So wird er neue Partner in der Einführungsphase begleiten, bis sie in der Lage sind, die Projekte selbständig zu betreuen.

Zusammenarbeit mit Blackberry

Den attraktivsten Markt sieht Adarvo im Bereich der mittleren und grösseren Unternehmen – nicht zuletzt auch durch die kürzlich geschlossene Zusammenarbeit mit Blackberry, die sich ideal mit der Adarvo-Plattform ergänze. Denn unter Einbezug von neuen Kommunikationsmöglichkeiten wie Mobiltelefonie, SMS oder PDA seien keine Grenzen gesetzt und der mögliche Kundenkreis erweitere sich dadurch automatisch.