



Virtuelle und visuelle Kommunikation: Feynsinn hilft bei der Auswahl von Methoden und Tools.

# Experten in Jeans

Anfang des Jahres gründete EDAG als separate Marke die Prozessberatung Feynsinn. Ein wesentliches Ziel ist, bezahlte Software-Funktionalität besser auszunutzen.

Bei allem Gejammere über den Kostendruck in der Branche haben wir völlig vergessen, dass wir in Deutschland immer noch absolut Spitze im Automobilbau sind. Insbesondere dann, wenn wir unsere Prozesse im Griff haben“, sagt Andre Stöwing. Der studierte Maschinenbauingenieur ist Leiter der Entwicklungsprozess-Beratung Feynsinn, eine Marke der EDAG-Gruppe, die im Januar dieses Jahres gegründet wurde. „Feyn‘ steht für den wertorientierten Beratungsstil, ‚Sinn‘ für die sinnvollen Produkte, die wir gemeinsam mit den Kunden entwickeln“, erläutert Stöwing. Kernidee ist, die Erfahrungen eines führenden Entwicklungsdienstleisters mit High-End-Kenntnissen

aus der CA (Computer Aided)-Welt zu einer Prozessberatung und Wissensintegration auf hohem Niveau zu kombinieren. „Darüber hinaus können wir in der Nische zwischen den klassischen Software- und Systemhäusern sowie Consulting-Unternehmen, wie denen der OEM, den Kunden eine neutrale Beratung anbieten“, betont Stöwing. „Wir haben keinerlei Verpflichtung, eine spezielle, beziehungsweise möglichst viel Software an den Mann zu bringen.“ Feynsinn will die Schnittstellen zwischen Vorentwicklung, Styling, Prozessplanung, Fertigung und Qualitätssicherung optimieren. Das Leistungsspektrum umfasst die Schwerpunkte Pro-

zess-/Wissensarchitektur, wissensbasierte Entwicklung, Kollaborationsarchitektur, virtuelle und visuelle Kommunikation sowie Schulungen (siehe Kastentext auf Seite 33).

**Und weshalb der eigene Markenname?** „Prozessberatung ist nicht das Kerngeschäft der EDAG. Dieses Angebot können wir mit der Marke Feynsinn besser im Markt positionieren“, kommentiert Stöwing. Ein wesentliches Ziel lautet, dafür zu sorgen, dass die Kunden bezahlte CA-Funktionalität auch eingehend nutzen. „Denn analog zu Word und Excel werden die Funktionalitäten einer Software wie Catia V5 nur von wenigen Anwendern vollständig ausgeschöpft. Dabei werden viele Millionen Euro verschwendet“, sagt Stöwing. „Wir zeigen diese Potenziale auf, entwickeln Methoden, programmieren Tools und führen sie beim Kunden ein.“

Den Zeitpunkt, um eine Marke wie Feynsinn am Markt zu etablieren, hält Stöwing für sehr günstig. Die Kunden hätten erkannt, dass sie rein unter Kostengesichtspunkten nicht mehr weiter kommen. Vor diesem Hintergrund



Feynsinn-Chef Andre Stöwing: „Wir haben keinerlei Verpflichtung, eine spezielle Software an den Mann zu bringen.“

biete die Prozessoptimierung auch eine große Chance für den Entwicklungs- und Produktionsstandort Deutschland. „Ein Prozess, der in Deutschland nicht funktioniert, funktioniert auch dann nicht, wenn Sie ihn in ein Niedriglohmland verlagern“, sagt Stöwing.

Aktuell beschäftigt Feynsinn an den fünf Standorten München, Ingolstadt, Sindelfingen, Wolfsburg und Fulda rund 50 Mitarbeiter. Im laufenden Jahr wollen die selbsternannten „Wissenswerker“ bereits 4,2 Millionen Euro Umsatz erwirtschaften, 90 Prozent davon mit der Automobilindustrie, den Rest mit der Luftfahrtindustrie und anderen technisch-orientierten Branchen.

Die Mitarbeiterzahl will Stöwing in den nächsten drei bis fünf Jahren verdoppeln: „Dazu müs-

## Die fünf Beratungsschwerpunkte auf einen Blick

### Prozess- und Wissensarchitektur

- Analyse
- Prozessoptimierung
- Wissensmanagement
- Lean Development

### wissensbasierte Entwicklung

- Implementation
- Templates
- Makro-Programmierung
- Knowledgeaware

### Kollaborationsarchitektur

- Analyse bestehender Prozesse, Methoden und Systeme
- Anwendungs- und Einführungskonzepte
- weltweite Informationsverteilung im PDM/PLM-System
- Multi-CAX-Integration (NX, Catia V5, Büroanwendungen)
- Implementation und Anpassung

### virtuelle und visuelle Kommunikation

- Virtual Reality (VR)
- Visualisierung
- Dokumentation
- Applikationsentwicklung

### Akademie

- Ausbildung, Coaching und Schulung
- Workshops, Spezialschulungen, Training on the Job

sen wir allerdings noch bekannter werden. Aber da, wo wir uns bislang präsentieren konnten, war der Zuspruch immer positiv.“ Das gelte insbesondere auch für den wertorientierten Beratungsstil. „Partnerschaftliches Arbeitsklima

und betriebswirtschaftlicher Erfolg müssen sich nicht ausschließen“, konstatiert Stöwing. Kurzum: Feynsinn bietet keine Berater in Nadelstreifen, sondern bodenständige und geradlinige Experten in Jeans. *Claus-Peter Köth*