

Dialograum Community

13.01.2021

Begrüßung und Ablauf

Kurzimpulse von Julia Bangerth, Martin Krämer und Christian Buggisch

Anliegen formulieren, vorstellen und priorisieren

Diskussion der höchstpriorisierten Themen

Wrap-up

Themensammlung und
Priorisierung

0 Punkte
Zeitbezug: 1. Fehler / 2.
Unmöglichkeiten /
3. Verbesserungsvorschläge / 4.
Funktionserweiterungen / 5.
Visionen

o Eine transparente Kontrolle
dieser Vorgänge;
§ Tantiemen für die Abteilungen, die
diese zeitliche Vorgaben einhalten
Standardisierte Berichte an
Vereinerat und Vorstand

0 Punkte

Ton in der
Community
sachlich halten

3 Punkte

LexInform
"ähnliche
Dokumente
suchen"

1 Punkte

Einbindung der neuen
Teilprogramme in der
alten Welt (Beispiel
Sonstige Nachrichten)

0 Punkte

Genossenschafts-
gedanke

3 Punkte

PowerUser mehr Rechte
in der Community

2 Punkte

Rechteverwaltung

Ohne einfach
handhabbare
Rechteverwaltung
werden Onlinedienste
schwierig verwaltbar.

0 Punkte

Standards schaffen;
Übersichten gestalten;
"Chaos" aufräumen;

3 Punkte

Geschlossene Gruppen für:
• Gruppen für:
o Piloten
o Poweruser /
Prozessverantwortlichen
und Produktmanager und
Programmierer!

Anliegen: Genossenschaft
und Teilhabe auch für
jahrelange Genossen ohne
Aussicht neue teure
Programme nutzen zu
wollen

1 Punkt

Die DATEV-Community noch mehr
als bisher als relevanten Service-
Kommunikationskanal sowie als
Ideenplattform bei Kunden und
im Haus etablieren.

To Do

Doing

Done

12 Punkte

Wertvolle
Kommunikation in der
Community
(gegenseitige Haltung)

7 Punkte

Lücke zwischen Marketing und
Realität muss dringend verringert
werden. Glaubwürdigkeit leidet sonst
ungemein (Beispiel: Fibu-
Automatisierung).

6 Punkte

Status TOP 10 DATEV
Ideas

6 Punkte

Zentrale
Kommunikationsplattfor
m mit Mandanten

6 Punkte

sinnvoller,
zielführender und
qualitativ wertvoller
Einsatz von Ideas für
Ideengeber UND
Ideennehmer,
gemeinsame
Zusammenarbeit um
das zu erreichen

5 Punkte

Weiterentwicklung der EO-
Programme

4 Punkte

Gestaltung eines Prozesses
zur guten Zusammenarbeit
von ProductOwner und
Community-Usern als eine
Form des Kundeneinbezugs.