

Informationweek, 2003-08-14

Adesso – Erfolg trotz Branchenkrise

von: ariane rüdiger | ariane.ruediger@informationweek.de

Während viele Dienstleister aus dem E-Business-Umfeld verzweifelt ums Überleben kämpfen, wächst Adesso seit 1997 kontinuierlich. Die Erfolgsrezepte des Dortmunder Mittelständlers klingen erstaunlich konservativ.

Zunächst war das 1997 gegründete Zweimann-Unternehmen Adesso ein typisches Kind des Dotcom-Booms. Doch Rainer Rudolf und Volker Gruhn schafften es, der Krise ein Schnippchen zu schlagen. Weil die IT-Spezialisten gute Kontakte zu Telekom-Unternehmen und Versicherungen hatten, konzentrierten sie sich auf diese beiden Branchen – und lagen damit richtig. Finanzdienstleister und Telekommunikationsanbieter sind auch heute noch die wichtigsten Kunden von Adesso. Das Unternehmen beschäftigt inzwischen sogar acht ausgebildete Versicherungsfachleute, um die Prozesse in dieser Branche genau zu durchschauen. Seine Kunden berät Adesso hinsichtlich Produktauswahl und Implementierungsstrategie und erstellt schließlich selbst komplexe E-Business-Lösungen, die Geschäftsprozesse in Inter- oder Intranet abbilden. Produkte werden nicht verkauft, Herstellerbindungen hat Adesso daher keine.

Zwar hat die Dortmunder Tochterfirma E-Spirit die E-Business-Plattform Firstspirit entwickelt, doch können Adesso-Kunden schon vor der Ausschreibung entscheiden, ob das E-Spirit-Produkt überhaupt in die Auswahl kommt. »In diesem Punkt bieten wir komplette Transparenz, alles andere würde unsere Neutralität beeinträchtigen«, sagt Rüdiger Striemer, Vorstand Corporate Development und Software Development. Zudem ist Adesso zu einem Drittel am Dortmunder ECC (Electronic Commerce Center), zu einem Viertel am Softwareprodukt- und Systemhaus IP Value in Offenbach und zu zehn Prozent an dem der Versicherungswirtschaft nahestehenden Marktforschungsunternehmen Comema beteiligt.

Das Adesso-Hauptquartier wurde in Dortmund eingerichtet, weitere Niederlassungen befinden sich in Berlin, München, Frankfurt und Köln. Die Münchner Dependence ist auf die Anforderungen von Versicherungen spezialisiert, während in Berlin in erster Linie mobile Applikationen entwickelt werden. Zum Beispiel für die Berliner Wasserwerke, deren Bauleiter mit einem Mobile Appliance nebst Adesso-Anwendung zu geplatzten Rohren fahren. Auf dem Gerät befinden sich die kompletten Unterlagen der Baustelle – mobiles Business jenseits von Schlagworten.



Foto: Adesso

»Langfristige Kundenbindung, exzellente Mitarbeiter und wirtschaftliches Denken sind unsere Erfolgsrezepte«, sagt Rüdiger Striemer, Vorstandsmitglied der Adesso AG in Dortmund.

Die Zahl der Adesso-Mitarbeiter, hauptsächlich studierte Informatiker, ist inzwischen auf 170 gestiegen. Rund 50 von ihnen sind freiberuflich tätig, viele als Werkstudenten, die später häufig übernommen werden. Vor drei Jahren wurde Adesso in eine AG umgewandelt, der Börsengang ist eine Option für kommende Zeiten. Wer mitarbeitet, kann sich über Aktienoptionen an der Firma beteiligen. Rund zwei Drittel der Festangestellten nutzen diese Möglichkeit. Fremdes Kapital spielt keine Rolle –

die Gründer beanspruchten weder Venture-Kapitalisten noch Bankkredite. Nur rund zehn Prozent der Mitarbeiter sind nicht ins operative Geschäft involviert. Adesso bildet auch aus: Neun Azubis werden derzeit Fachinformatiker, spezialisiert auf Anwendungsentwicklung. Gleichzeitig, und das ist innovativ, beginnen die jungen Menschen ein Fernstudium der Informatik, das sie parallel zu Lehre oder Beschäftigung bei Adesso abschließen können.

Im letzten Jahr, einem der schlechtesten des deutschen IT-Marktes, konnte das Softwarehaus seine Gesamtleistung um 22 Prozent steigern – auf nunmehr elf Millionen Euro. Neue Großaufträge lassen auch die Zukunft in eher hellem Licht erstrahlen, zumal die Durchschnittsmarge mit etwa zwanzig Prozent durchaus respektabel ist.

In Zukunft setzt Adesso besonders auf mobile E-Business-Anwendungen. Außerdem ist die Expansion in neue Branchen geplant, zum Beispiel in den Pharmabereich: Für Roche Diagnostics entwickelt der Dienstleister derzeit ein mobiles Intranetsystem.

Wie erklärt sich der bemerkenswerte Erfolg des mittelständischen Unternehmens? Drei Faktoren seien es vor allem, betont Vorstand Striemer: »Wir mussten vom ersten Tag an wirtschaftlich denken. Ausflüge in exotische Gefilde haben sich da verboten. Wir haben nicht jedes Projekt angenommen, sondern vor allem die, bei denen man mit einer langfristigen Kundenbindung rechnen konnte. Und wir haben nur hochqualifizierte Mitarbeiter eingestellt – um den Preis, dass wir Projekte wegen Personalmangels absagen mussten. Jetzt zahlt sich das aus, da unsere Kunden sehr zufrieden mit unseren Beratern sind.«

mehr zu Unternehmen unter:
www.informationweek.de/ch/ch40.htm