

Ausgabe
17.12.2015

Medienart Printmedien
Medientyp Tageszeitungen
Erscheinungsweise täglich
Branche Nicht branchenspezifisch
Bundesland Überregional
Nielsengebiet nicht zugeordnet

Auftrags-Nr. 13612
Kunden-Nr. 31272
Thema-Nr. 051.069

Suchbegriff(e) 1. All for One, -Steeb AG

Verlag Stuttgarter Zeitung Verlagsgesellschaft mbH, 70567 Stuttgart, Plieninger Straße 150, Tel.: 0711 72050, Fax: 0711 7205507
E-Mail: anzeigen@stzw.zgs.de, URL: www.stuttgarter-zeitung.de

Redaktion Stuttgarter Zeitung Redaktion, 70567 Stuttgart, Plieninger Straße 150, Tel.: 0711 72050, Fax: 0711 7205516
E-Mail: redaktion@stz.zgs.de, URL: www.stuttgarter-zeitung.de

Publikation	Auflage *			Reichweite** (in Mio.)	Medien-Nr.
	verkauft	verbreitet	gedruckt		
✓ Stuttgarter Zeitung D	116.781	117.631	125.630 ¹	0,38 ^a	1329
✓ Leonberger Kreiszeitung	13.680	13.798	14.982 ¹	0,05 ^a	1105
✓ Stuttgarter Zeitung Fellbach & Rems-Murr-Kreis FZ	3.367	3.393	3.774 ¹	0,01 ^a	82786
✓ Stuttgarter Zeitung Filder-Zeitung Nord FIV	4.917	4.938	5.305 ¹	0,02 ^a	82785
✓ Stuttgarter Zeitung Filder-Zeitung Süd FIL	5.772	5.797	6.227 ¹	0,02 ^a	98392
✓ Stuttgarter Zeitung Kornwestheim & Kr. Ludwigsburg L	1.872	1.898	2.153 ¹	0,01 ^a	82788
✓ Stuttgarter Zeitung Marbach & Botwartal LU	3.495	3.548	3.941 ¹	0,01 ^a	82787
✓ Stuttgarter Zeitung R (Regional Göppingen)	16.683	16.804	17.947 ²	0,05 ^a	9248
✓ Stuttgarter Zeitung Rems-Murr-Kreis	16.683	16.804	17.947 ²	0,05 ^a	9243
✓ Stuttgarter Zeitung F	16.683	16.804	17.947 ²	0,05 ^a	97787
✓ Stuttgarter Zeitung Kreis Böblingen	16.683	16.804	17.947 ²	0,05 ^a	9245
✓ Stuttgarter Zeitung Kreis Esslingen	16.683	16.804	17.947 ²	0,05 ^a	9247
✓ Stuttgarter Zeitung Kreis Ludwigsburg	16.683	16.804	17.947 ²	0,05 ^a	9244
✓ Stuttgarter Zeitung S	16.683	16.804	17.947 ²	0,05 ^a	9246
✓ Stuttgarter Zeitung Strohgau extra SG	4.028	4.045	4.390 ¹	0,01 ^a	98403
15 Ausgabe(n) mit der Meldung					
15 gelesene Ausgaben in der Gruppe					
Gesamtverbreitung	251.461	256.204	267.605¹	0,82^b	

Quelle(n): * 1. IVW, 2. gewichtet ** a. gewichtet, b. MA

© Copyright des Artikels liegt beim Verlag



Nicht vom großen digitalen Sprung träumen

Technologie Der Chef des IT-Anbieters All for One Steeb mahnt den Mittelstand zu Realismus. Von Andreas Geldner

Wenn es um das Thema Digitalisierung geht, ist Tempo angesagt. So entsteht in der öffentlichen Debatte manchmal den Eindruck, es fehle nur noch ein Knopfdruck – und die deutsche Wirtschaft katapultiert sich in neue Sphären. Bevor es so weit komme, stünden noch etliche Hausaufgaben an, sagt Lars Landwehrkamp, Chef des Filderstädter IT-Dienstleisters All for One Steeb, der vor allem Mittelständler aus dem deutschen Sprachraum betreut. „Wir treffen immer noch auf Unternehmen mit einem Jahresumsatz von 500 Millionen Euro, die mit Microsoft-Excel organisiert sind,“ sagte er bei der Vorlage der Bilanzzahlen für das abgelaufene Geschäftsjahr. Mit einem Gewinnplus von 52 Prozent auf 11,5 Millionen Euro und einer Umsatzsteigerung von elf

Fortschritt in der Digitalwelt hängt oft an Menschen.

Prozent auf 242 Millionen Euro ist die Firma ein Profiteur der Digitalisierung.

Der digitale Wandel erreiche mittelständische Firmen manchmal weniger aufgrund großer Visionen oder

aus Angst vor digitaler Konkurrenz, sondern aus ganz menschlichen Gründen: „Da geht der IT-Leiter in den Ruhestand – und mit ihm verschwindet das Wissen über die in vielen Jahren gewachsenen Strukturen im Rechenzentrum. Oder es gibt einen Wechsel in der Unternehmensführung – und der junge Chef denkt nicht mehr in den Kategorien Blech und Maschinen, sondern in Geschäftsmodellen.“

Während große Beratungsunternehmen ihren Kunden gerne zum ganz großen Sprung beim Umbau der IT rieten, plädieren die Experten der Bernhauser Firma oft für ein abgestuftes Vorgehen: „Ein Mittelständler macht eine solche Umstellung besser in mehreren Wellen.“ Wer zu viel auf einmal wolle, der überfordere sonst sein nur begrenzt vorhandenes Personal.

Das auf die Betreuung von Produkten des Walldorfer Softwarekonzerns SAP spezialisierte Unternehmen erlebt in seiner täglichen Arbeit den Spagat zwischen dem Bewusstsein, dass sich die deutsche Wirt-



Maschinensteuerung via Tablet – das ist heute teilweise schon Realität.

Foto: dpa

schaft radikal verändern muss und der Schwierigkeit, bisherige Denkmuster zu verlassen. „Wir sind beim Thema Industrie 4.0 viel zu sehr auf die Produktion fixiert“, sagt Landwehrkamp: „Die Firmen müssten sich noch viel stärker fragen: Was können wir künftig über unsere Kunden wissen?“ Das immer wieder als Beleg für die so genannte Industrie 4.0 genannte Beispiel, dass eine Herstellerfirma dank der neuen Datenfülle ihre Maschinen nun vorausschauend warten kann, reiche eben nicht.

Bisher sind selbst die Pioniere im Mittelstand erst noch dabei, möglichst viele Daten zu sammeln und überhaupt darüber nachzudenken, welche neuen Fragestellungen möglich sind. Bis zur echten Integration in Geschäftsprozesse sei es noch ein Stück Weges, sagt Landwehrkamp: „Die Konsumgüterindustrie, die mit Kunden zu tun hat, die sich selbstverständlich in der modernen Kommunikationswelt bewegen, ist da naturgemäß weiter als der Maschinen-

bau.“ Noch gibt es auch keine Standards für die Maschinendaten – mit dem Ergebnis, dass sich manche Produktionsfirmen an eigenen Lösungen versuchen.

Landwehrkamp nannte das aktuelle Beispiel des Autozulieferers Dürr, der ein IT-Unternehmen gekauft hat, um beim Thema Produktionssteuerung großen Konkurrenten wie SAP und Siemens Paroli zu bieten. Er ist allerdings skeptisch, ob sich solche Konzepte durchsetzen werden: „Am Ende werden auch in diesem Bereich die großen

Plattformen dominieren.“ Selbst ein IT-Gigant wie SAP, der bisher auf Unternehmenssoftware spezialisiert war, muss allerdings erst den Umgang mit den Daten auf der Fabrik lernen.

Aber auch beim bisherigen Softwareangebot von SAP bleibt zurzeit kein Stein auf dem anderen. Der Walldorfer Konzern hat in diesem Jahr damit begonnen, seine gesamte Software auf eine ultraschnelle, innovative Datenbank auszurichten. Die Kunden sehen zwar die Vorteile der neuen Rechenmöglichkeiten. Doch über die Jahr hinweg hat All for One Steeb branchenspezifische Einzelanwendungen entwickelt, die nun angepasst werden müssen. Auch hier ist das Stichwort Tempo relativ: Auf eine während der Bilanzpressekonferenz von einem Vertreter des Maschinenbau gestellte Frage nach der Umstellung hat Landwehrkamp eine beruhigende Antwort: „Die Unterstützung für das bisherige SAP-System ist bis 2025 garantiert.“ Das ist für IT-Leute mehr als eine Ewigkeit.

Die Umstellung wird wegen der intensiven Vorbereitung der Mitarbeiter auch bei dem IT-Dienstleister 2016 Spuren in der Bilanz hinterlassen. Bei All for One Steeb ist ein operatives Ergebnis in Höhe dieses Jahres geplant. „Wenn ihre Mitarbeiter in der Schulung sind, können sie keine Umsätze machen – das ist bei Dienstleistern nun ein mal so“, sagt Landwehrkamp.

KENNZAHLEN

All for One Steeb	2014/15 Mio. Euro	2013/14 Mio. Euro	Veränd. in %
Gewinn ¹	11,5	7,5	+52
Operatives Ergebnis ²	19,3	13,5	+43
Umsatz	242	217	+11
Investitionen	6,8	6,7	+1
Abschreibungen	8,3	7,0	+18
Beschäftigte ³	1203	1113	+90
Dividende in Euro ⁴	---	0,7	---

¹ Jahresüberschuss ² Ergebnis vor Zinsen und Steuern ³ zum Stichtag 30.9. ⁴ 2014/15 noch offen.