

Disruption treibt vorwärts

Interview mit Andreas Dörner, CNT Management Consulting

Das Unternehmen ihre Prozesse ständig optimieren, ist nicht neu. Doch hat sich selbst bei alteingesessenen Branchengrößen etwas verändert: Die Angst vor drohender Disruption treibt sie viel stärker vorwärts als bisher.

CNT Management Consulting wurde 1999 in Wien von fünf Personen gegründet. Eine davon ist Andreas Dörner, heute Vorstand des 2018 in eine AG umgewandelten SAP-Beratungsunternehmens mit aktuell ungefähr 250 Beraterinnen und Beratern an den Standorten Wien, Innsbruck, Linz, München, Mainz sowie Bozen. Mittlerweile zählen rund 180 Unternehmen in über 50 Ländern Europas, Amerika, Asien und Afrika mit etwa 300 produktiven SAP-Installationen zu den Kunden der CNT.

Es hat sich also ordentlich etwas getan in den letzten 20 Jahren. Auch bei den Zahlen. 2017 wurde ein Rekordwachstum von 40 Prozent auf insgesamt 44,1 Mio. Euro Umsatz erreicht. 2018 konnte der Umsatz auf über 50 Millionen Euro weiter ausgebaut werden.

Der Kurs ist klar: sowohl beim Umsatz als auch im Personalbereich will man weiterwachsen. Wir haben mit Andreas Dörner über die Hintergründe des wirtschaftlichen Erfolges von CNT gesprochen, aber auch über „Vordergründiges“ wie die digitale Transformation.

2017 haben Sie 40 Prozent Umsatzwachstum verzeichnet. War das ein Rekord für CNT?

Das ist das stärkste Wachstum, das wir bisher hatten. 2018 konnten wir nochmal zulegen. Wir bilden gerade die nächste Generation an SAP-Beratern aus, da die nächste Generation an SAP-Software – SAP S/4HANA - jetzt am Markt greift.

Das merken wir in den Projekten und brauchen dafür eine Vielzahl an geschulten Mitarbeitern.

Was waren die Gründe für diese guten Ergebnisse? War die Nachfrage so hoch?

Wir wachsen immer dann sehr stark, wenn unsere großen Kunden – unsere größten Kunden sind im Pharmaumfeld und im Maschinenanlagenbau – sehr große ERP-Projekte initiieren. So war es im Jahr 2016/17 und auch 2018. Es sind Projekte am Laufen, bei denen wir weltweit IT- und SAP-Strategien für große Pharma- und Industriekonzerne ausrollen. Wir hatten in den Jahren 2017 und 2018 zum Beispiel riesige Projekte in Südamerika. Das sind Auslandsprojekte, die mit österreichischen, deutschen und lokalen Ressourcen besetzt werden. Wir fakturieren unsere Leistungen meistens an die deutsche oder österreichische Konzernmutter, die die Projekte international steuert. So sind wir auch ursprünglich gewachsen. Vor 15 Jahren waren es Projekte von österreichischen Konzernen wie Spar, VA Tech, Andritz oder anderen, die nach Osteuropa oder in die Welt gegangen sind. Wir begleiten unsere Kunden dorthin. Die Strategie ist: Wir führen bei österreichischen oder deutschen Unternehmen SAP ein und begleiten sie dann bei ihrem weltweiten Roll-out. Ein schönes Beispiel ist die Andritz AG. Als wir 2004 die Andritz AG als Kunden gewonnen haben, hatte sie knapp 2 Mrd. Euro Umsatz, mittlerweile hat sie 6 Mrd. Euro Umsatz und wir



Andreas Dörner ist Vorstand und Mitgründer von CNT Management Consulting, einem der größten SAP-Berater im deutschsprachigen Raum – und seit 2018 als AG auf dem Business-Parkett unterwegs.

Fotos: CNT, RNF

haben gemeinsam mit der Andritz-IT 60 Standorte weltweit mit SAP versorgt.

Die Botschaft der SAP, die als starker Partner in der Digitalisierung auftritt, ist in diesen Unternehmen also angekommen und Umstellungen auf neue Software-Generationen laufen teilweise seit 2016?

Die Projekte, die damals begonnen haben, sind momentan entweder schon fertig oder gerade am Laufen. Wir waren im deutschsprachigen Raum eines der ersten Beratungsunternehmen, das hier Knowhow aufgebaut hat. Mittlerweile haben wir fünf oder sechs Referenzen, bei denen es nicht nur um „ein bisschen Buchhaltung“ geht, sondern um die komplette Wertschöpfungskette auf der neuen SAP-Generation, S/4HANA.

Wie sieht Ihre Prognose aus? Wenn ich das richtig sehe, verläuft die Umstellung dieser Systeme in Wellen, die irgendwann abebben.

Die nächsten acht bis zehn Jahre bergen für die Beratungshäuser, die sich bereits auf SAP spezialisiert haben, ein enormes Wachstumspotential. Von den rund tausend Unternehmen, die in Österreich SAP R/3 im Einsatz haben, ist erst eine

Handvoll auf dem neuen System. Die wird in den nächsten acht bis zehn Jahren auf die neue Softwaregeneration umsteigen.

Und fürchten sich schon davor.

Viele verwenden diese Gelegenheit, um über neue Wege nachzudenken bzw. Ballast abzuwerfen. Von den tausend größten österreichischen Unternehmen haben ca. 800 SAP im Einsatz. Kunden starten jetzt neue Ausschreibungen und nutzen die Digitalisierung als Chance, weiter zu wachsen. Wir sind momentan das führende österreichische SAP Beratungshaus mit dem Ziel, unsere Beratungsleistungen stetig zu verbessern, am neuesten technischen Stand zu sein und mit unseren Kunden gemeinsam die digitalen Herausforderungen in solides Wachstum zu transferieren. Vor allem im deutschsprachigen Raum sehen wir noch sehr viele Entwicklungsmöglichkeiten.

Die Welle ist also erst im Anrollen?

Sie beginnt jetzt gerade. Es gibt sogar Prognosen, wonach es gar nicht möglich ist, mit dem jetzigen Beraterstand alle Firmen bis zum Ende der Wartung des R/3-Systems (2025) umzustellen. Gegenüber solchen Aussagen bin ich skeptisch, aber wir sehen viel Bedarf und dem werden wir gerecht, indem wir neue Talente einstellen und ausbilden.

Ich würde gerne einen „Schlenker“ machen zur Umwandlung von CNT in eine AG. Warum ist diese Entscheidung gefallen?



Ausschlaggebend war, dass wir in unserer Eigentümerstruktur der GmbH keine Wachstums- und Expansionsmöglichkeit mehr sahen. Unsere Gesellschafterstruktur war 19 Jahre lang unverändert. Große Beratungsunternehmen haben eine Partnerstruktur im Hintergrund, die das Wachstum sichert. Unser Unternehmen kann besser wachsen, wenn es neue Partner gibt, denen das Unternehmen gehört und die es weiterentwickeln und vorantreiben. Wir haben das Unternehmen zu fünf gegründet, in der AG sind wir jetzt neun Eigentümer – alle am selben Ziel arbeitend. Auf der anderen Seite wird eine AG am Markt oft als stabileres und größeres Unternehmen wahrgenommen. Das ist aber nur ein Zusatzeffekt.

Bedeutet das für Ihre bestehenden Kunden irgendeine Veränderung?

Für unsere Kunden ändert sich durch die Umwandlung in eine Aktiengesellschaft nichts.

Wir können sie jetzt besser servieren und sind durch das Wachstum breiter aufgestellt.

CNT legt einen starken Fokus auf Digitalisierungsthemen. Wie unterstützen Sie Ihre Kunden bei der digitalen Transformation?

Die neue Generation der SAP-Software bietet die Möglichkeiten, digitale Prozesse zu vereinfachen. Die Customer Story – sei es der Wunsch nach einer App, IoT-Verknüpfungen – muss vom Kunden kommen. Wir sorgen dann zum Beispiel gemeinsam mit Experten, die die Sensortechnik für die Erhebung von Daten über das Internet of Things bereitstellen, dafür, dass diese Informationen im SAP-System weiterverarbeitet werden können. Dafür gibt es ein paar Beispiele, die wir als Proof of Concept bereits implementiert haben. Wenn einer unserer Kunden also seine Maschinen, Walzwerke oder Autos verkauft, kann er sich über die Cloud mit diesen Systemen verknüpfen,



DIE WELLE ROLLT ERST AN

„Die nächsten 8 bis 10 Jahre bergen für Beratungshäuser, die sich bereits auf SAP spezialisiert haben, enormes Wachstumspotential.“

**Andreas Dörner, Vorstand
CNT Management Consulting AG**

um Informationen über Ersatzteile, vorbeugende Wartung, die Optimierung dieser Maschinen zu erlangen und seinen Kunden damit Services anbieten. Beispielsweise kann er mit seinen Kunden den Profit aus einer erfolgreichen Erhöhung des Wirkungsgrades seiner Maschinen teilen. In einem anderen Fall geht es um Kompressoren, die Gas heraufpumpen. Diese Kompressoren stehen nicht im Eigentum des Kunden, sondern des Herstellers. Abgerechnet wird über den Output. Diese Servicemodelle stehen noch am Anfang.

Wir verdienen unser Geld nicht mit Digitalisierungs-Projekten, sondern mit klassischen ERP-Projekten – die aber die Basis dafür sind. Die neue SAP-Generation ermöglicht viel. Wir sehen uns als Unternehmen, das für seine Kunden die Digitalisierung einfacher macht. Unsere Kunden planen ihre S/4HANA-Initiativen im Rahmen ihrer Digitalisierungsstrategie, um für die technischen Herausforderungen vorbereitet zu sein. Immer das Motto „Software eats the world“ im Visier. Kunden, die lange nicht in ein ERP-System investiert haben, weil es läuft, sehen den Umstieg jetzt doch als wichtiges Thema.

Bieten Sie Ihren Kunden darüber hinaus weitere Unterstützung bei der digitalen Transformation?

Wir haben ein IoT-Workshop-Format entwickelt, das die „Design Thinking“-Methode nutzt, um schneller Innovationen auf den Boden zu bekommen. Kapsch bringt die Sensor-Technik ein, wir die SAP-Prozesse und der Kunde seine Ideen. Wir versuchen dann, in zwei oder drei Tagen ganz konkrete Stories zu entwickeln, einen Proof of Concept, eine App, was auch immer. Wir sehen, dass unsere Kunden ihre Produkte oft mit digitalen

Prozessen anreichern und diese Ideen auch wirklich funktionieren.

Wie ist denn aus Ihrem Blickwinkel der Stand in Sachen digitaler Transformation in Österreich?

Grundsätzlich haben unsere Unternehmen schon immer ihre Prozesse optimiert. Es ist nicht so, dass die Optimierungen plötzlich aus dem Nichts starten. Fakt ist, dass jetzt durch Beispiele aus manchen Branchen, in denen es disruptive Verände-

rungen gibt, bei unseren Kunden die Angst entsteht, dass auch in ihrer Branche etwas entstehen könnte, das Geschäftsmodelle auf den Kopf stellt. Es gibt einen viel stärkeren Treiber, etwas zu tun und vorne mit dabei zu bleiben. Während früher bei Umstellungen sehr oft die Kosten im Vordergrund waren, steht jetzt vermehrt die Strategie ganz oben – entweder um abzuwehren, up-to-date zu sein oder einen Wettbewerbsvorteil zu erarbeiten. Neue Businessideen entstehen: wir haben

letztes Jahr einen Weltmarktführer aus der Schweiz im Bereich Stillpumpen bei der Einführung eines Produktes in Verbindung mit einer App unterstützt. Die App zeichnet über einen Barcode auf, welches Fläschchen wann abgepumpt worden ist, wie lange die Milch haltbar ist usw. Die Pumpe plus die App verkauft sich in Asien extrem gut, dort haben sie den Markt überholt. Im Prinzip ist es genau dasselbe Produkt, nur mit einer App dazu – einem neuen Anwendungsszenario. ■

