

Interview mit Torsten Kreis, Geschäftsführer PROMOS consult GmbH, Berlin

Immer neue und innovative Lösungen zeichnen den IT-Ansatz aus

Im Rahmen der EDV-Kolumne stellen wir hier in loser Folge Unternehmensentwicklungen und Neuigkeiten auf dem Markt der wohnungswirtschaftlichen Softwarelösungen in Interviews vor. In dieser Folge sprechen wir mit Dipl.-Kaufmann Torsten Kreis, Geschäftsführer der PROMOS consult GmbH aus Berlin. Das Interview führte Dr. Klaus Höring.

Herr Kreis, PROMOS ist als Beratungshaus für SAP-Anwendungen in der Wohnungswirtschaft bekannt. Wie sind Sie aufgestellt, um SAP-Lizenzen zu verkaufen und die Software zu warten?

Kreis: Nach wie vor bietet die PROMOS Unternehmensgruppe für ihre Kunden die Komplettlösung aus einer Hand. Von der Lizenz bis über das immer stärker werdende Business Process Outsourcing (BPO). Für die vertragliche Seite des Lizenzgeschäftes haben wir einen der stärksten SAP-Partner gewinnen können, die europaweit tätige BTC AG aus Oldenburg. Den Kunden-Support macht immer noch ein PROMOS-Mitarbeiter, natürlich in Arbeitsteilung mit der SAP AG. Damit liegen wir voll im Trend der SAP-Vertriebspolitik, den Andreas Naunin, SAP-Mittelstandschef, in öffentlichen Medien schon seit Sommer 2008 beschreibt. SAP fokussiert das Mittelstandsgeschäft auf weniger Vertriebspartner und regt somit das Ökosystem unter den SAP-Partnern und deren Partnern an.

Es wird immer wieder behauptet, ein Anbieter auf Ihrem Gebiet müsse selbst auch Lizenzen verkaufen, um wirtschaftlich zu überleben. Wie sieht Ihre Strategie und Überlebenslösung aus?

Kreis: Ein mittelständischer Komplettanbieter, wie die PROMOS, denkt hier anders als ein weltweiter Hersteller von Lizenzen, der börsennotiert ist und seinen Anteilseignern beziehungsweise Analysten entsprechenden „Value“ bieten muss. Uns ist es wichtig, eine langfristige Kundenbeziehung herzustellen über fünf, zehn Jahre oder auch gerne länger. Da macht der eng gefasste und einmalige Lizenzkauf eigentlich nur noch einen kleinen Teil der Entscheidung beim Kunden aus. Wir denken, dass wir mit dieser Strategie unser zweistelliges Wachstum seit 1998 fortsetzen können. Allein in unserem Rechenzentrum arbeiten über 3.000 wohnungswirtschaftliche SAP-Anwender. Von einer Überlebensfrage kann da gar keine Rede sein.



Torsten Kreis Quelle: PROMOS

Die Angebote aller SAP-Partner für die Wohnungswirtschaft basieren auf derselben Software von SAP. Wie schaffen Sie eine Differenzierung? Wodurch

zeichnet sich Ihr Angebot besonders aus?

Kreis: Jeder IT-Anbieter in der Wohnungswirtschaft hat inzwischen seinen eigenen Ansatz. Unser Erfolgsprinzip wird es bleiben, dass wir mit unseren Alt- und Neukunden zusammen neue Lösungen entwickeln oder alte Lösungen immer wieder verbessern. Bei uns entsteht kein Angebot am grünen Tisch, sondern immer mit Bezug zu einer Herausforderung bei unseren Kunden. Deshalb sprechen wir intern auch immer von unserer offenen Lösungsbibliothek. Dadurch haben wir die Lösungen immer im Zugriff und wenn wir uns Lösungen Dritter bedienen, dann sind das immer so genannte „Best-of-Breed“-Angebote, wie zum Beispiel von IBM. Eine Zukunftslinie der IT im Allgemeinen wird das Virtualisieren von Massendaten und Prozessergebnissen sein. Wir machen so etwas bezahlbar mit der SAP-Plattform. Unsere Branchenlösung orientiert sich inzwischen mehr an Innovationsvorreitern wie dem iPhone als an dem Technologieverständnis der 90er Jahre.

Welches ist genau Ihre Zielgruppe in der Wohnungswirtschaft, auf die Sie Ihr Angebot ausrichten?

Kreis: Bisher waren das eher diejenigen, die die finanzielle Kraft haben, Ihre IT-Philosophie komplett zu ändern und auf eine SAP-Plattform zu gehen. Das ist ja nicht nur eine funktionelle Entscheidung, sondern auch oder vielmehr eine technologische Entscheidung für die Zukunft. PROMOS wird

dieses Jahr weiter wachsen und zwar auch nach unten. Hier lernen wir von den Großen, dass die Philosophie SaaS (Software-as-a-Service) nicht mehr aufzuhalten ist und das gerade für den Mittelstand. Der Mittelstand will sich auf seine Kernkompetenzen konzentrieren. Gehört da die IT dazu? Die Branche Wohnungswirtschaft kann da noch viel von anderen mittelständischen Branchen lernen. Wir werden deshalb in diesem Jahr noch ein komplett neues und flexibles IT-Angebot offerieren oder mit meinen Worten „SAP aus der Steckdose“. Das heißt, ein Nutzer von einer SAP-Lösung muss nur einen kleinen Frontend-PC für wenig Geld und eine schnelle Datenverbindung ins Internet haben. Ansonsten ist er flexibel.

Ist diese Zielgruppe wirklich groß genug, damit Sie mit Ihrer Organisation – unter Berücksichtigung der Aufteilung des Marktes unter mehreren Anbietern – wirtschaftlich überleben können?

Kreis: Wir wachsen ja nicht nur im eigentlichen Implementierungsgeschäft, sondern zum Beispiel auch in den Feldern betriebswirtschaftliche Beratung, Dokumentenmanagement oder BPO sowie in anderen Branchen. Ich persönlich habe immer wieder gelernt, dass es in der heutigen Zeit keinen Sinn macht, Märkte statisch nach Segmenten oder Zielgruppen aufzuteilen. Die Märkte schwimmen heute viel zu sehr und die Geschäftsmodelle werden stärker überlappen. Unsere Kunden gehen immer mehr danach vor, wo sie eigentlich der Schuh drückt. Da passen althergebrachte Schablonen schon lange nicht mehr. Übrigens gestalten wir unser Wachstum zu einem großen Teil durch den eigenen Nachwuchs. Das gehört inzwischen bei uns zur Unternehmensphilosophie. Dass diese Strategie richtig ist, wird uns von vielen Seiten widergespiegelt, zum Beispiel erst neulich in einem Gespräch mit Herrn Plattner am Hasso-Plattner-Institut.

Vielen Dank für das Interview.