

Autobranche steigert IT-Investitionen

Exklusive IT-Rangliste 2010 zeigt große Verschiebungen – Neben HP profitierten vor allem mittelständische Dienstleister

Matthias Krust
Automobilwoche, 16.5.2011

München. Die deutsche Autoindustrie bleibt für IT-Dienstleister ein hart umkämpfter Markt. Zwar gaben die Hersteller und Zulieferer im Zuge der verbesserten Autokonjunktur 2010 wieder deutlich mehr Geld für die IT aus. Davon profitieren konnten jedoch vor allem mittelständische Beratungshäuser. Dies ergab eine aktuelle Umfrage der *Automobilwoche* unter den 37 führenden IT-Dienstleistern im Automotive-Bereich. Wie im Vorjahr war das Marktforschungsunternehmen Lünendonk in Konzeption und Fragebogendesign involviert. Da einige Unternehmen keine Umsatzangaben veröffentlichten, wurden deren Zahlen geschätzt. Im Zuge der Optimierung des Schätzverfahrens haben sich in einigen Fällen Abweichungen zu den im vorigen Jahr veröffentlichten Angaben zu 2009 ergeben.

Insgesamt steigerten die befragten IT-Unternehmen den Umsatz mit Herstellern und Zulieferern in Deutschland im Durchschnitt um 17,4 Prozent gegenüber 2009. Dabei schnitten die Top-Ten-Dienstleister mit einem Plus von nur knapp acht Prozent unterdurchschnittlich ab. Die IT-Anbieter bildeten auch 2010 eine klar abgegrenzte Vierklassengesellschaft: Nach vier Unternehmen mit über 100 Millionen Euro Umsatz folgen Dienstleister mit über 50 Millionen Euro und mit deutlichem Abstand die dritte Gruppe, deren Umsatz zwischen 25 und 32 Millionen Euro liegt. Am Ende folgen zwölf Unternehmen, zu denen auch die

Die 25 größten IT-Dienstleister im deutschen Automobilmarkt

Rang	Unternehmen	Inlandsumsatz mit Automobilindustrie		Globaler Umsatz mit Automobilindustrie	
		2010 ¹⁾	2009 ¹⁾	2010 ¹⁾	2009 ¹⁾
▶ 1	T-Systems International GmbH, Frankfurt ²⁾	700,0	700,0	1.000,0	1.000,0
▶ 2	Hewlett-Packard GmbH, Böblingen ²⁾³⁾	288,0	216,0	3.802,0	2.867,0
▶ 3	Computacenter AG & Co. OHG, Kerpen	170,0	170,0	k. A.	k. A.
▶ 4	IBM Global Business Services, Stuttgart ²⁾	130,0	130,0	k. A.	k. A.
▶ 5	Siemens IT Solutions and Services GmbH, München ²⁾	80,0	90,0	k. A.	k. A.
▲ 6	Mieschke Hofmann und Partner GmbH, Freiberg a. N.	70,0	56,0	70,0	56,0
▲ 7	Capgemini Deutschland Holding GmbH, Berlin ²⁾⁴⁾	62,0	50,0	310,0	300,0
▶ 8	ESG Elektroniksystem- und Logistik-GmbH, Fürstfeldbruck	59,0	56,0	65,0	59,0
▼ 9	Cirquent GmbH, München	56,0	60,0	56,0	60,0
▶ 10	H&D International Group, Gifhorn	50,3	46,3	50,3	46,3
▶ 11	MSG Systems AG, Ismaning	32,0	31,0	32,0	31,0
▶ 12	Accenture GmbH, Kronberg ²⁾	27,0	27,0	k. A.	k. A.
▶ 13	All for One Midmarket AG, Filderstadt ²⁾	25,5	21,8	26,0	22,2
▲ 14	Logica Deutschland GmbH & Co. KG, Stuttgart	20,1	11,8	k. A.	k. A.
▼ 15	Science+Computing AG, Tübingen	19,3	19,1	k. A.	k. A.
▲ 16	CKC AG, Braunschweig	19,0	10,0	19,0	10,0
▲ 17	Abat AG, Bremen	18,9	10,6	19,2	10,8
▼ 18	BearingPoint GmbH, Frankfurt ⁵⁾	18,5	17,9	45,5	42,3
▼ 19	Cellent AG, Stuttgart	17,5	14,5	17,5	14,5
▶ 20	Cenit AG, Stuttgart ²⁾	17,1	19,0	19,0	21,0
▼ 21	SAP Deutschland AG & Co. KG, Walldorf ²⁾⁶⁾	15,0	14,0	k. A.	k. A.
▼ 22	Intelligence AG, Bielefeld ²⁾	14,7	13,3	k. A.	k. A.
▼ 23	Microsoft Deutschland GmbH, Unterschleißheim ²⁾⁶⁾	14,0	13,0	k. A.	k. A.
▼ 24	CSC Deutschland Solutions GmbH, Wiesbaden ²⁾	12,0	11,0	k. A.	k. A.
▲ 25	Allgeier Holding AG, München ²⁾	11,4	9,3	12,0	9,8

1) Angaben in Mio. Euro, Werte 2009 teilw. aktualisiert 2) Umsätze teilweise geschätzt 3) inkl. EDS, Automobilumsätze ohne Hardware 4) Deutschland inklusive Zentraleuropa 5) Werte für 2010 vorläufig 6) Automobilumsätze ohne Software | Das Kriterium für die Auswahl der Unternehmen war: Generierung signifikanter Umsätze in den Bereichen IT-Beratung, IT-Service, Systemintegration, Wartung, Training, BPO (Business Process Outsourcing) sowie Outsourcing für Hersteller, Tier-1- und Tier-2-Zulieferer im Automobilmarkt. Quelle: eigene Umfrage/Schätzungen © Automobilwoche

breit aufgestellten Software-Konzerne SAP und Microsoft gehören.

Innerhalb der Klassen gibt es deutliche Gewinner und Verlierer. T-Systems bleibt unangefochtener Platzhirsch im Heimatmarkt. Die Großkundensparte der Deutschen Telekom weist in der aktuellen Rangliste einen stagnierenden Automotive-Umsatz aus. Tatsächlich wurde die Schätzung für 2009 aufgrund von internen Um-

strukturierungen nachträglich um 50 Millionen Euro nach unten korrigiert. Dagegen legte der US-Riese Hewlett-Packard durch die erstmalige Konsolidierung des zugekauften Hostingspezialisten EDS und neue Großaufträge massiv an Umsatz zu. Zum ersten Mal schafften Logica, CKC und Abat den Sprung unter die Top 25. Auch Mieschke Hofmann und Partner, Capgemini sowie H&D fuhren

deutlich höhere Erlöse ein. „Die Autobranche besteht aus einer großen Zahl von Zulieferern, nicht nur aus den Herstellern selbst“, sagt Heinz Streicher, Principal Lünendonk GmbH. „Die kleinen und mittelgroßen IT-Dienstleister arbeiten in der Regel für mehr Kunden als die ganz großen und sind im IT-Beratungsgeschäft stärker engagiert.“ Eine Korrektur wurde bei CSC vorgenommen: Die Um-

satzschätzung 2009 der Wiesbadener wurde gegenüber dem Vorjahresranking um fast 20 Millionen Euro nach unten angepasst. Ähnliches gilt für die Allgeier Holding, ein Unternehmen, das sich derzeit im Umbruch befindet. Die französische Atos Origin, die vor Kurzem das Krisenunternehmen Siemens IT übernommen hat, ist nicht mehr unter den Top 25 zu finden, ebenso wenig PSI und Datagroup.

„Wir wollen internationaler werden“

Der Prozess- und IT-Berater MHP will in die USA expandieren und bis 2015 den Umsatz auf 150 Millionen Euro verdoppeln

Freiberg am Neckar. Die Porsche-Tochter Mieschke Hofmann und Partner (MHP) macht rund 90 Prozent des Umsatzes mit der Autoindustrie. MHP-Chef Ralf Hofmann erklärt die mittelfristige Expansionsstrategie und die wichtigsten IT-Trends im Autosektor.

Herr Hofmann, wie ist MHP durch die Krise gekommen?

Wir haben natürlich auch die Auswirkungen der Krise gespürt. Dennoch konnten wir unseren Umsatz 2010 erneut steigern – von 55 Millionen vor der Krise auf fast 75 Millionen Euro. Im Jahr 2009 hatten wir allerdings einen Rückgang von fast 15 Prozent. Wir sind jedoch immer in der Gewinnzone geblieben. Ich würde sogar sagen, dass wir im Branchenvergleich eine überdurchschnittliche Profitabilität aufweisen.

Wie sehr hilft es, dass Porsche fast 82 Prozent an MHP hält?

Durch den Einstieg von Porsche verfügen wir seit mehr als zwölf Jahren über ein ausgeprägtes mobiles Fachwissen und Prozess-Know-how. Das hilft uns. Ansonsten stehen wir im Wettbewerb wie alle IT-Unternehmen, auch bei unserem Gesellschafter. Übrigens stammen nur knapp 30 Prozent unserer Automotive-Erlöse

von Porsche und dem VW-Konzern. Deutlich über 70 Prozent erzielen wir mit großen deutschen Herstellern und Zulieferern.

MHP ist praktisch nur auf Deutschland konzentriert. Das Wachstum in der Autobranche findet aber in den Schwellenländern statt.

Dazu muss man sagen, dass wir schon für Unternehmen in 35 Ländern gearbeitet haben – allerdings von Deutschland aus. Bis jetzt hatten wir keine großen Nachteile, weil die Projekte für unsere Kunden immer von den Zentralen in Deutschland initiiert wurden. Sie haben aber recht: Künftig wollen wir uns internationaler aufstellen.

Was planen Sie konkret?

Im nächsten Schritt wollen wir eine Niederlassung in den USA eröffnen. Porsche unterstützen wir dort schon, und wir hoffen, auch unsere anderen Kunden dort vor Ort zu unterstützen. Danach könnte eine Expansion nach Brasilien und Lateinamerika ein Thema sein.

Welche Unternehmensgröße streben Sie mittelfristig an?

Unser Ziel sind 1000 Mitarbeiter bis 2015. Das ist von heute rund



Ralf Hofmann, 47, hat den SAP-Spezialisten MHP 1996 mit Lutz Mieschke gegründet. Der promovierte Diplom-Ingenieur steht bis heute an der Spitze der Prozess- und IT-Beratung. 1999 beteiligte sich Porsche, die Anteile wurden später nochmals erhöht.

575 Beschäftigten ein gewaltiger Sprung. Dann könnten wir einen Umsatz in der Größenordnung von 150 Millionen Euro erreichen. Dazu soll die Internationalisierung beitragen. Und: Wir wollen unsere Abhängigkeit von der Autobranche verringern. Deshalb diskutieren wir gerade, ob wir ein zweites Standbein, etwa in der Finanzbranche, aufbauen. Eines möchte ich aber betonen...

Und das wäre?

Für eine Prozess- und IT-Beratung gibt es in der Autoindustrie jede Menge Themen, die organisches Wachstum sichern. Zum Beispiel wird es in den nächsten Jahren da-

rum gehen, den Vertriebsprozess neu zu gestalten. Die Händlersysteme sind häufig veraltet und gerade bei Mehrmarkenbetrieben zu komplex. Außerdem müssen die Entwicklungszyklen kürzer werden, das erfordert Investitionen in neue Product-Lifecycle-Management-Lösungen. Ein weiteres Thema ist die Business Intelligence, also das Sammeln, Auswerten und Visualisieren von Unternehmensdaten.

Zwei Trendthemen haben Sie nicht genannt: den mobilen Zugriff auf die Unternehmens-IT und die Vernetzung des Autos. Diese sind natürlich absolut „hip“ und hängen beide mit dem Sieges-

zug des Smartphones zusammen. Beide Trends dürften enormen Einfluss auf die Rolle der IT im Unternehmen haben. Zum einen, weil sich dadurch die internen Prozesse stark ändern, und zum anderen, weil sich auch ganz neue Dienstleistungen kreieren lassen. Und die IT wird sich durch mobile Lösungen deutlich Richtung Produkt bewegen, Stichwort „Vernetztes Fahrzeug“. Die Konzern-IT kann und wird hier auch Produktverantwortung übernehmen.

Rechnen Sie mit steigenden IT-Kosten in der Autobranche?

Tendenziell eher nicht. Aber die Frage zeigt doch, wie IT heute wahrgenommen wird: als reiner Kostenfaktor. Dagegen muss die Argumentation doch umgekehrt geführt werden. Wenn ich effizienter arbeite, schneller bin und möglicherweise an einer anderen Stelle im Unternehmen fünf Prozent Kosten spare, dann kommt es doch nicht darauf an, ob meine IT-Kosten im Jahr 2,5 oder drei Prozent vom Umsatz betragen. Da sollten sich die IT-Verantwortlichen selbstbewusster präsentieren.

Das Interview führte Matthias Krust
Das komplette Interview lesen Sie unter automobilwoche.de/
11-11-151