

IM GESPRÄCH: CHRISTOPH JUNGE

Adesso will 2018 Margendelle überwinden

Finanzvorstand: Auftragseingang hervorragend – IT-Dienstleister gibt mit Versicherungssoftware Gas – Eigene App-Angebote geplant

Von Antje Kullrich, Dortmund

Börsen-Zeitung, 28.11.2017

Verlockende Zukunft trifft auf ernüchternde Gegenwart: Der schnell wachsende IT-Dienstleister Adesso hat sich in diesem Jahr einen Ergebnishänger erlaubt. Ende August musste das in den vergangenen Jahren erfolgsverwöhnte Unternehmen zugeben, dass das ursprüngliche operative Ergebnisziel in diesem Jahr nicht erreicht wird und Stagnation oder sogar ein Rückgang des Ebitda droht. Die Delle ärgert Christoph Junge: „Wir haben zu viel zur gleichen Zeit gemacht. Wir haben es ein bisschen übertrieben, uns mit organischen Wachstumsinitiativen zu beschäftigen“, konstatiert der Finanzvorstand im Gespräch mit der Börsen-Zeitung. Adesso habe dadurch zu wenig Stunden den Kunden in Rechnung stellen können. Strategisch gibt Adesso gerade richtig Gas. Im IT-Dienstleistungsmarkt für Banken und Versicherungen etabliert sich der Konzern, der mittlerweile mit mehr als 300 Mill. Euro an der Börse bewertet wird, als feste Größe und macht dort 44 % des Umsatzes. Die Deutsche Bank ist größter Kunde.

In diesem Jahr hat das Unternehmen so viele Mitarbeiter neu angeworben wie nie zuvor. Das ursprüngliche Ziel von 365 neuen Kräften bei bisher konzernweit knapp 2.200 Beschäftigten war schon im August erreicht, mittlerweile geht Junge von 500 Neueinstellungen aus. Und die haben genug zu tun: Die Zahl der Standorte wurde in Deutschland von acht auf zwölf erhöht. Adesso hat sich außerdem neben dem IT-Beratungs- und Dienstleistungsgeschäft, das 80 % des Umsatzes ausmacht, ein eigenes Produktportfolio aufgebaut. „Insure“ ist eine Produktpalette für die Versicherungswirtschaft, die 2018 weiter ergänzt werden soll. Adesso versucht, dem etablierten Platzhirschen MSG Marktanteile abzugewinnen. In der Lebensversicherung hat sie in kurzer Zeit bereits sechs Kunden gewonnen, die Adesso-Software für ihre Bestandsführung nutzen. Mit Generali Deutschland und Debeka sind auch zwei Unternehmen der Top Ten am Markt dabei.

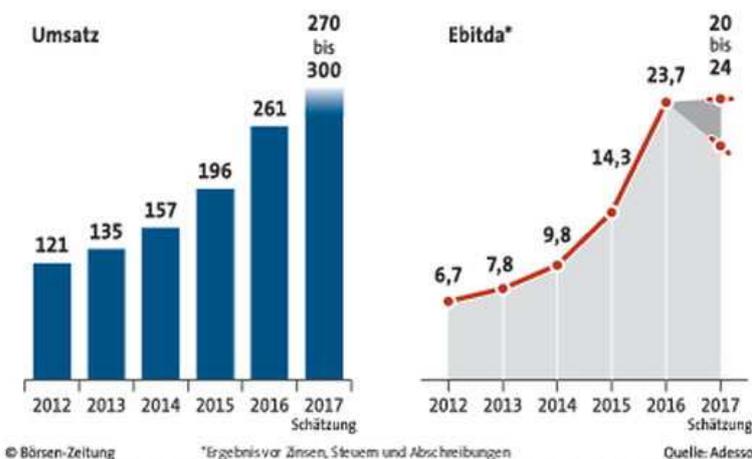
Das Geschäft will Junge auch ins

Ausland ausdehnen. Die Anpassungen an die jeweiligen Bedürfnisse der national geprägten Märkte seien

erst mit einem Volumen von 40 Mill. Euro. „Man würde uns das zutrauen“, sagt Junge. Gleichzeitig merkt

Meist geht es steil aufwärts

Umsatz und Ergebnis von Adesso in Mill. Euro



gar nicht so groß. Interessant sind die Eigenentwicklungen für Adesso, weil das Produktgeschäft die höheren Margen verspricht.

Apropos Profitabilität: Die ist in diesem Jahr von dem Zielkorridor 9 bis 11 % ein Stück entfernt. Junge setzt darauf, dass die avisierten 7,5 % erreicht werden. Nach drei Quartalen waren es 7 % „Wir wollen die Marge wieder steigern“, betont er. Ziel sei es, im kommenden Jahr den Korridor wieder zu erreichen.

Die Geschäftsentwicklung in puncto Auftragseingang und Umsatz sei derzeit hervorragend, sagt Junge. Ziel für die kommenden Jahre sei jeweils ein zweistelliges Wachstum. Mit dem Spitzenjahr 2016 sei es nicht vergleichbar, da das Erlösplus von 33 % damals akquisitionsgetrieben war.

Übernahmen sind eingeplant

Adesso ist auch weiterhin an Übernahmen interessiert. Die Finanzierung ist laut Junge kein Problem. Kreditlinien über 20 Mill. Euro stünden bereit, nach einer Kapitalerhöhung im vergangenen Jahr in Höhe von 5 % des Grundkapitals wäre das Gleiche noch einmal möglich. Auch über einen Schuldschein hat Adesso mit Banken schon mal gesprochen und vorgefühlt. Die lohnen sich zwar

an, dass die Kaufpreise in den vergangenen zwölf Monaten teils zu hoch und damit unattraktiv geworden seien. „Wir haben bisher nie mehr als ein Ebit-Multiple mit einer 6 vor dem Komma gezahlt.“

Doch auch für organisches Wachstum hat Adesso für die kommenden Jahre eine Menge Ideen. Der bisher auf wenige Branchen fokussierte Dienstleister will sich verbreitern. Nach dem Einstieg in Automotive vor etwa zwei Jahren denkt der Vorstand laut Junge über den Fokus auf eine weitere Branche nach. Optionen seien der Maschinen- und Anlagenbau, das Verlagswesen oder der Einzelhandel. Noch sei aber nichts entschieden.

2018 soll mindestens ein europäisches Nachbarland neu erschlossen werden. In Österreich und in der Schweiz hat Adesso schon Töchter, ebenso in der Türkei. Ausgerechnet in diesem Jahr großer politischer Spannungen boomt das Geschäft am Bosphorus. Die gut drei Jahre alte Tochter hat 2017 den Break-even geschafft und die Belegschaft auf 100 Mitarbeiter verdoppelt. Noch nicht so erfolgreich ist das US-Geschäft. Die Tochter E-Spirit, die ein Content-Management-System entwickelt hat, schreibt dort noch rote Zahlen.

In fünf Jahren will Adesso auch

die Wertschöpfungskette entlanggewandert sein. Das Unternehmen plant die Zucht von Start-ups, die eigene Apps betreiben. Den Bau von Apps und Plattformen hat Adesso bisher nur für Kunden betrieben,

will jetzt aber auch selber einsteigen. Ein Beispiel ist die App „Mobile Retter“, auf der sich Ärzte oder andere medizinische Fachkräfte registrieren lassen können. Sie bekommen bei Notfällen in ihrer unmittelbaren Nä-

he einen Hinweis via Smartphone. Die Idee ist, dass sie so schneller vor Ort sind und Erste Hilfe leisten können als der Rettungswagen. Die Notrufleitzentralen sollen dann eine Gebühr für die App-Nutzung zahlen.