

Management-Buy-out

Syska ist wieder eigenständig

Der Karlsruher Hersteller von Finanzsoftware hat sich vom Mutterkonzern Sage gelöst und steht nun wieder auf eigenen Beinen.

Andreas Dumont

Syska wurde 1992 gegründet. Geschäftsidee war die Entwicklung und Vermarktung einer Finanzbuchhaltungs-Software für das damals noch junge Microsoft Windows. Im Jahr 2005 erfolgte der Verkauf von Syska an die Bäurer GmbH, um mit diesem strategischen Investor und dessen ERP-Kunden weitere Kundenkreise zu erreichen.

Die Syska GmbH ist dann im Zuge der Akquisition der Bäurer GmbH im Jahr 2006 Teil der Sage-Familie geworden. Dennoch wurde die Marke auch in den letzten elf Jahren als eigenständiger Brand weitergeführt. Dies lag unter anderem daran, dass etliche Mitbewerber von Sage die Syska-Produkte als OEM-Versionen oder White-Label-Produkte bezogen und weiterverkauft haben. Um diese Partner nicht zu verlieren,



Angelika Benes, Geschäftsführerin von Syska

Sage bietet der Verkauf der Syska die Möglichkeit, sich zukünftig noch besser auf das Wachstumsgeschäft mit deren Cloud- und On-Premise-Lösungen und den Ausbau des Subskriptionsgeschäftes konzentrieren zu können«, so Angelika Benes, Geschäftsführerin von Syska.

Für Kunden und Partner ergaben sich durch die Eigenständigkeit von Syska keine wesentlichen Änderungen. Der Vertrieb der Syska-Produkte erfolgte wie bisher über Partner wie Systemhäuser und Integratoren. Das Produkt- und Serviceangebot bleibe bestehen, aber ein Vorteil

wurde daher auf eine Integration der Marke Syska in Sage bewusst verzichtet.

»Bei der Akquisition der Bäurer GmbH war Syska kein Kernziel und für Sage strategisch nicht sonderlich bedeutsam. Für

genständigkeit von Syska keine wesentlichen Änderungen. Der Vertrieb der Syska-Produkte erfolgte wie bisher über Partner wie Systemhäuser und Integratoren. Das Produkt- und Serviceangebot bleibe bestehen, aber ein Vorteil

sei, dass Entscheidungen schneller getroffen werden könnten. Als eigenständiges Unternehmen könne man die Marke stärken und Investitionsentscheidungen schneller und unabhängig von Konzernabhängigkeiten tätigen.

»Die Entscheidung ist der richtige Schritt zur richtigen Zeit. Mit dem Management-Buy-out können wir uns künftig voll auf die DACH-Region fokussieren, in welcher aber auch etwa eine englischsprachige Oberfläche immer wichtiger wird, die bislang den internationalen Sage-Produkten vorbehalten war. Auch die Mitarbeiter stehen hinter dem Management-Buy-out, da diese die kürzeren Entscheidungswege gut finden und ebenso in einem mittelständischen Unternehmen mehr bewegen können als in einer vergleichsweise kleinen Konzern-Tochtergesellschaft«, so Benes weiter.

Keine Änderungen für Kunden und Partner

Die Partnerverträge blieben bestehen und bestehende Partnerschaften würden weiter gepflegt. Die Spezialisierung auf Fibu- bzw. Rechnungswesen würde fortgeführt und die Produkte Syska Euro Fibu und Syska ProFI in den nächsten Jahren weiterentwickelt. Vorteil der Syska-Produkte sei die nahtlose Integrierbarkeit in andere Softwarepakete, wie ERP- oder Branchenlösungen, sodass hier weitere Partner und OEMs gewonnen werden sollen, die ihr Angebot vervollständigen, durch leistungsstarke Fibu-Lösungen attraktiver machen oder eine alte Fibu ablösen wollen.

Schwerpunkt soll das klassische Lizenzgeschäft mit Wartung sein, worauf die Partner nach einer überschaubaren Qualifikation einen umsatzabhängigen Rabatt erhalten. Syska will prüfen, ob alternativ auch Miet- und Subskriptionsmodelle angeboten werden sollen. ■ www.syska.de

System-Chef Volker Mitlacher im CRN-Gespräch

System verzeichnet starken Kundenzulauf

System bewegt sich trotz einer schwierigen Marktlage auf Wachstumskurs. Dem fränkischen Distributor kommt zugute, dass er sich in einigen Technologie-segmenten, vor allem im Fokus-Bereich Printing, eine ausgezeichnete Marktposition erarbeitet hat. Aber auch einige neue Wachstumsfelder tragen zum Geschäftserfolg bei.

Peter-August Schulte

Der Interview-Auftakt mit System-Geschäftsführer Volker Mitlacher beginnt für den neugierigen Redakteur zumeist wie folgt: »Es geht uns gut, Neues gibt es nichts.« Mitlachers Auskunftskargheit ist quasi Programm für das fränkische Unternehmen, das seine Arbeit betont solide und gerne abseits der allgemeinen Aufmerksamkeit verrichtet. Natürlich hat der erfahrene Channelmanager, der das Unternehmen gemeinsam mit seinem Bruder Michael leitet, aber dann doch eine ganze Menge zu erzählen: Von einem recht absatzschwachen Jahresbeginn, der hohen Marktsättigung bei Com-

modity-Produkten und einem »Hauen und Stechen« unter den Distributoren. »Die ganz großen Wachstumsvisionen lassen sich unter diesen Umständen wohl nicht verwirklichen, aber wir können dennoch sehr zufrieden sein«, betont Mitlacher dann aber. Nach einem Umsatz von 270 Millionen Euro im vergangenen Jahr sollen die Erlöse in diesem Jahr immerhin auf 280 Millionen Euro wachsen, prognostiziert der Geschäftsführer vorsichtig.

Mut macht, dass System stetig neue Kunden hinzugewinnt – bis zu hundert Neukunden im Monat verzeichnet der Distributor. »Und das gelingt uns in einer Phase der Konsolidierung im Handel«, fügt er hinzu. System profitiert im wettbewerbsintensiven Markt natürlich auch davon, dass manche Wettbewerber derzeit Probleme haben, ihre Fachhandelskunden zu halten. »Neue Kunden zu gewinnen ist grundsätzlich gar nicht mal schwer«, weiß Mitlacher, »die Kunden zu halten ist die Kunst.« System verwendet viel Energie darauf, das Kundenkaufverhalten

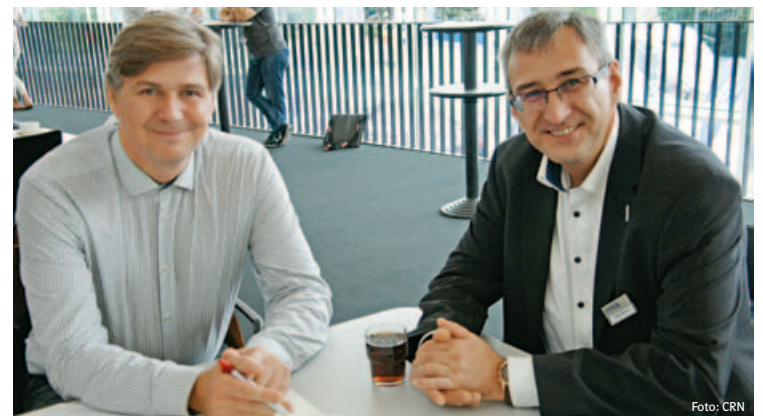
zu analysieren und passgenaue Programme aufzusetzen, die aus Erst- oder gelegentlichen Käufern Wiederholungstäter machen sollen. Besondere Bedeutung misst der Geschäftsführer aber der Betreuung und dem Know-how der Mitarbeiter zu: »Mitarbeiter, die mit Kompetenz verkaufen und beraten können, sind das Maß der Dinge«, meint er.

Keine Konkurrenz zum Handel

Mitlacher würde sich deshalb aber noch lange nicht als VAD bezeichnen – nicht einmal im Printing-Bereich, wo System seinen Geschäftsschwerpunkt hat und als führender Distributor gelten kann. »Dass hier in der Distribution ein Umdenken stattfindet, ist schon richtig: Reine Billiganbieter haben wenig Zukunft«, glaubt Mitlacher, fügt gleichwohl hinzu: »Mit der Einführung einer BU ist es nicht getan, der Weg zum Lösungsanbieter ist ein langwieriger Prozess.« System beharrt auf

eine langsamere Gangart, etwa auch im Bereich Managed Printing Services, den der Druckerspezialist zunächst nicht beschreiben will. Denn: »Dies ist ein Service, den unsere Partner für ihre Kunden erbringen. Wir bieten ihnen dazu die passenden Logistik-Services, aber wir wollen nicht in Konkurrenz zu den Händlern treten.« Mitlacher macht darüber hinaus deutlich, dass man deshalb noch lange kein Ewiggestriger sei: »Auch wir sprechen über digitale Transformation und beobachten die Marktentwicklungen genau.«

Nicht ohne Grund gehörten einige Lösungsbereiche, die System in den vergangenen Jahren als Pilotprojekte begonnen hat, geschäftlich gesehen zu den erfreulichen Überraschungen der vergangenen Monate: So vor allem das Business mit Dokumenten-Management-Systemen und Scannern. Aber auch im Bereich Displays und Digital Signage will der Distributor weiter ausbauen und vorhandene Marktpotenziale noch besser nutzen, wie der System-Chef betont. ■ www.system.de



System-Geschäftsführer Volker Mitlacher (re.) mit Samba Schulte (CRN)