

Interview mit All4One-Chef Lars Landwehrkamp Wie All for One Steeb mit SAP wachsen will

von Regina Böckle

Warum gründet All for One eine Niederlassung in der Türkei, um deutsche Firmen zu betreuen? Weshalb treibt der SAP-Partner das Geschäft mit Microsoft UCC voran, verzichtet aber auf Office 365? Und warum könnte SAP HANA demnächst richtig zum Fliegen kommen? Das verrät All for One Steeb-Vorstand Lars Landwehrkamp im Interview.



Lars Landwehrkamp, Vorstand der All for One Steeb
AG
Foto: All for One Steeb

SAP hat in den vergangenen Jahren kräftig zugekauft und obendrein mit der Entwicklung der HANA-Plattform das Portfolio sehr schnell erweitert. Die "Ein-Produkt-Strategie" gehört der Vergangenheit an. Bringt Sie das als Partner in Zugzwang?

Lars Landwehrkamp (schmunzelnd): Wir sind froh, dass sich SAP so entwickelt hat. Denn das breitere Portfolio ermöglicht es uns, Kunden ein breiteres Leistungsspektrum anzubieten und damit auch selbst organisch schneller zu wachsen. Obendrein beflügelt SAPs Portfolio-Erweiterung unsere Akquise-Möglichkeiten. Beides verhilft uns dazu, unsere seit Jahren verfolgte Buy & Build-Strategie konsequent fortzusetzen. Und das müssen wir auch, um mit dem Innovationstempo der SAP mithalten zu können.

Weshalb erleichtert Ihnen das die Suche nach potenziellen Übernahmekandidaten?

Landwehrkamp: Viele kleinere Partner verfügen zwar über hohe Kompetenzen in einzelnen SAP-Bereichen, aber nicht über die Kapazitäten, um die inzwischen sehr große Bandbreite der SAP-Themen selbst zu stemmen. Deshalb wenden sich zunehmend mehr Häuser an uns, um die Möglichkeiten einer Übernahme auszuloten, weshalb wir in den vergangenen Jahren auch stark über Zukäufe gewachsen sind, beispielsweise durch die [Akquisition der Fiducia-Töchter Orga](#) ¹, die viele Mittelstandskunden im Rechenzentrumsbereich bedient haben. Der [Zukauf der OSC-Gruppe](#) ² wiederum stärkte unsere regionale Kundenbasis im Norden. Der Systemhausmarkt konsolidiert sich, und wir sind mit unserer Buy&Build-Strategie dafür sehr gut aufgestellt.

Mit der Akquisition des Microsoft-Partners und UCC-Spezialisten Webmaxx haben Sie dann allerdings die klassischen SAP-Gefilde verlassen. Wie hat sich dieser Bereich entwickelt?

Landwehrkamp: Wir betreuen aktuell rund 1.400 Kunden mit wiederkehrenden SAP-Verträgen. Diese Kunden setzen jedoch nicht nur SAP ein, sondern selbstverständlich auch Mail-Systeme. Und die erweisen sich teilweise als verfügbarkeitskritischer und geschäftskritischer als beispielsweise ERP-Systeme, einfach weil ein Ausfall hier sofort in der gesamten Kommunikation spürbar ist. Deshalb wollen immer mehr Kunden ihre Mailsysteme nicht mehr selbst betreiben. Denn der reibungslose Betrieb ist äußerst wichtig, aber nicht von strategischer Bedeutung - eine klassische Konstellation für die Auslagerung an einen Partner. Wir beobachten einen regelrechten Run auf dieses Thema. Die [Übernahme von Webmaxx](#) ³ vor dem Hintergrund unserer SAP Outsourcing Services aus unseren Rechenzentren, ermöglichte es uns, unseren Kunden zusätzlich beispielsweise Microsoft-Exchange als Fullservice anzubieten. Webmaxx hat dazu ein eigenes Portal entwickelt, mit dem wir Kunden diesen Dienst in Form eines Self-Service-Portals zur Verfügung stellen.

Weshalb haben Sie sich nicht für Office 365 entschieden?

Landwehrkamp: Unser Service ist keine Konkurrenz zu Office 365, auch wir setzen auf den Microsoft-Technologien auf. Er ist eher eine Alternative, die eine viel umfassendere Service-Tiefe bietet, als Office 365. Anders als für Office 365 befinden sich unsere hochsicheren Rechenzentren ausschließlich in Deutschland. Dieser Punkt ist insbesondere seit der NSA-Affäre für Kunden noch entscheidender als bisher. Das spielt uns in die Hände. Für dieses Gesamtpaket sind Kunden auch bereit, mehr zu zahlen als für das günstigere Office 365. Wir hosten derzeit rund 25.000 Mailboxen und haben uns hier für das laufende Jahr starke Wachstumsziele gesetzt.

Wie passt das zu Ihrer Gesamtstrategie als SAP-Partner?

Landwehrkamp: Viele unserer SAP Kunden nutzen bereits Microsoft für die Kommunikation. So passt beides, SAP und Microsoft, für uns gut zusammen, um unser Geschäft mit wiederkehrenden Erlösen, die bislang vor allem auf SAP-Wartungs- und Outsourcing-Verträgen basieren, um Microsoft Mail-, Sharepoint und Lync-Management-Dienste zu erweitern und auch so den Anteil der wiederkehrenden Erlöse am Gesamtumsatz, der aktuell bei 47 Prozent liegt, auszubauen.

Weshalb sprechen Sie hier nicht von Cloud-Umsätzen?

¹ <http://www.channelpartner.de/a/fiducia-verkauft-kmu-bereich-an-all-for-one-steeb,2534524>

² <http://www.channelpartner.de/a/all-for-one-steeb-will-osc-gruppe-kaufen,2592090>

³ <http://www.channelpartner.de/a/all-for-one-steeb-steigt-bei-microsoft-partner-webmaxx-ein,2610126>

Landwehrkamp: Da sind wir einfach sehr stringent: Als Cloud bezeichnen wir nur echte Cloud-basierte Lösungen, beispielsweise im Umfeld von Business by Design. Generell gehen wir davon aus, dass sich hybride Modelle durchsetzen. Für viele Anwendungen führt der Trend in Richtung Cloud, bestimmte Kernfunktionen dürften Unternehmen jedoch kaum in die Cloud auslagern. In absoluten Zahlen ist der echte Cloud Anteil aber noch sehr klein.

Haben Sie trotz der zusätzlichen Mail-, Sharepoint- und Lync-Provider-Dienste im Rechenzentrum noch Luft nach oben oder müssen Sie bald erweitern?

Landwehrkamp: Wir sind mit unseren Rechenzentren in Frankfurt bei zwei großen Rechenzentrumsbetreibern eingemietet und können so jederzeit flexibel erweitern. Unser massives Wachstum ließ sich durch die Virtualisierungs-Technologie bis dato jedoch einfach abfangen. So konnten wir trotz massiv steigender Workloads die Anzahl der Server sogar noch reduzieren und den Stromverbrauch stabil halten.

Sie pflegen ein weit verzweigtes Partnernetz. Steht diesen Partnern auch Ihr Rechenzentrum offen?

Landwehrkamp: Ja, unsere Partner sind eine äußerst wichtige Komponente in unserer Strategie. Sie können so ihren Kunden Outsourcing Dienstleistungen anbieten, ohne sie selbst erbringen zu müssen. Andere Partner nutzen unsere PaaS-Leistungen für spezielle eigene Services oder mieten den Platz, um dort ihre eigene Infrastruktur aufzubauen und zu betreiben.

[Hinweis auf Bildergalerie: [Hosting Center der All for One Steeb](#) -] gal¹

Welchen Anteil steuern die Partner zu Ihrem Geschäft bei?

Landwehrkamp: Rund ein Viertel unserer SAP-Lizenzumsätze erzielen wir mit Partnern, die zum Beispiel ihr spezielles Know-how einbringen. Denn auch wir haben nicht für jedes einzelne Spezialgebiet Experten. Auch auf internationaler Ebene haben Partner eine große Bedeutung, beispielsweise wenn Rollouts für weltweit tätige Kunden anstehen. Deshalb pflegen wir das inzwischen 57 Länder und 24 Partner umfassende Netzwerk, die United VARs, sehr intensiv.

In der DACH-Region sind sie bereits größter SAP-Partner. Können Sie hier überhaupt noch organisch wachsen?

Landwehrkamp: Trotz unserer Marktposition können wir im deutschsprachigen Raum bis dato keine Grenzen für organische Wachstumsmöglichkeiten erkennen. Denn viele Firmen hierzulande nutzen noch keine SAP-Lösung, obwohl sie dafür geeignet wären. Schwieriger ist es, in Deutschland gut ausgebildete SAP Spezialisten zu finden. Das war auch der Hauptgrund, weshalb wir eine Tochter in der Türkei gegründet haben.

Sie gründen eine Tochter in der Türkei, um genügend Personal für den deutschsprachigen Raum zu finden? Das finde ich verblüffend.

Landwehrkamp: Der Personalmarkt Deutschland alleine gibt für unsere Wachstumsziele nicht genügend her. Deshalb haben wir uns umgeschaut und sind in Istanbul fündig geworden. Unsere Leute dort sprechen sehr gut Deutsch, sind bestens ausgebildet und hoch motiviert. Im Support arbeiten wir viel per remote-Zugriff, da ist der Standort egal. Entscheidend für die meisten Kunden ist vielmehr, dass sie im Service-Fall in deutscher Sprache betreut werden.

Wie Big Data beim Mittelstand Fuß fasst

Big Data zählt wie die Cloud in Analystenkreisen zu den Trendsettern schlechthin. Unter anderem sollen InMemory-Datenbanken wie SAP HANA dabei eine Schlüsselrolle spielen. Wie groß ist die Nachfrage bei mittelständischen Kunden nach Big-Data-Lösungen denn tatsächlich?

Landwehrkamp: Tatsache ist, dass das Thema die meisten Kunden interessiert und sie das Thema äußerst aufmerksam beobachten, weil das Datenvolumen wächst und die Vielfalt der Datenquellen zunimmt. Insofern ist das Interesse groß. Echte Big-Data-Projekte oder konkrete Pläne im Mittelstand gibt es aber noch wenig. Den Mittelstand wird die Welle erst nach den Großkonzernen erfassen, zum einen, weil mittelständische Unternehmen schlicht nicht derart große Datenmengen in den Griff bekommen müssen. Zum anderen, weil sie erst einmal Referenzprojekte sehen wollen oder erst einmal ein echtes Geschäftsszenario für sich selbst entdecken müssen, ehe sie das Thema anpacken. Haben sie das aber einmal entdeckt, wird das mit Nachdruck angegangen.

[Hinweis auf Bildergalerie: [SAP vertraut bei Sentiment-Analysen auf HANA](#) -] gal2

Haben Sie ein solches Projekt schon umgesetzt?

Landwehrkamp: Wir stellen derzeit unsere Branchensysteme auf HANA um und haben bereits erste Kunden im Betrieb. Zudem haben wir ein Workshop Programm aufgesetzt, um gemeinsam mit Kunden konkrete Geschäftsszenarien zu identifizieren, wie sie bei den ersten von SAP direkt betreuten HANA Kunden, etwa John Deer zum Tragen kommen. Der Landmaschinenhersteller setzt HANA ein, um sein komplettes Ersatzteilmanagement neu aufzusetzen. In der Folge konnte er die Reaktionszeiten von rund 10 Stunden auf vier Minuten reduzieren. Trotz Investitionen in Millionenhöhe war der RoI überwältigend, weil sich die Lieferzeiten damit extrem verkürzen ließen. Es gibt aber auch ganz andere Treiber für HANA-Projekte. Denn mit [HANA](#)⁴ lassen sich zudem heterogene Datenbanklandschaften sehr gut konsolidieren. Hier wächst die Nachfrage spürbar. Mittlerweile lassen sich sogar einige unserer SAP-Neukunden, HANA vorsorglich vorlizenzieren, einfach weil sie bereits Ideen haben, was damit möglich ist.

Die GOPA IT Consultants aus Rüsselsheim wechselten Anfang Februar zur All for One Steeb AG. Das Team bringt mit Cisco, NetApp, Dimension Data und Computacenter etablierte Hersteller- und Realisierungspartnerbeziehungen mit zu All for One Steeb. Unter dem Dach der All for One Steeb wird die neue Geschäftseinheit "Technologie Beratung" unter der Leitung von Martin Finkbeiner verstärkt Kunden aus dem im gehobenen Mittelstand betreuen. NetApp und All for One Steeb haben einen erweiterten Partnerschaftsvertrag geschlossen, um Kunden in Hinblick auf SAP HANA und SAP aus der Private Cloud intensiver zu betreuen. Zusammen mit Cisco wurde jetzt eine neue, nahezu unbegrenzt skalierbare Technologie Plattform für die Netzwerkkommunikation zwischen den beiden Rechenzentren von All for One Steeb in Betrieb genommen. Um in enger Rückkopplung mit

⁴ <http://www.channelpartner.de/a/sap-dreht-im-channel-auf,2601198>

SAP neue Referenzarchitekturen und Betriebslösungen, etwa HANA Tailored Datacenter Integration, zu entwickeln, wurde außerdem direkt im SAP Partnerport in Walldorf ein eigenes "Joint Research & Development Lab" bezogen.

Warum hat HANA dann den Durchbruch in der Breite bislang trotzdem nicht so richtig geschafft? Schließlich hat SAP hier noch einen Vorsprung vor der Konkurrenz.

Landwehrkamp: Das liegt vor allem daran, dass HANA bis dato noch nicht vollständig virtualisiert betrieben werden kann, so dass mit Blick auf die Infrastruktur die Vorteile noch nicht richtig zur Geltung kommen. SAP ist aber in Zusammenarbeit mit Technologieunternehmen wie Cisco, Netapp und VMware intensiv dabei, das zu ändern. Wir gehen davon aus, dass hier im Laufe des zweiten Quartals 2014 Lösungen auf den Markt kommen und diese Hürden überwunden werden. Um hier auch selbst vorne mit dabei zu sein, beziehen wir gerade ein eigenes Joint Research & Development Lab direkt bei SAP in Walldorf.

All for One Steeb legte im vergangenen Geschäftsjahr, das am 31.09.2013 endete, ein sattes Umsatzwachstum von knapp 22 Prozent auf 186,3 Millionen Euro vor. Binnen fünf Jahren hat das Unternehmen seinen Umsatz damit mehr als verdoppelt: Die Erlöse kletterten in diesem Zeitraum um 151 Prozent. Auch beim EBIT (10,5 Millionen Euro) verzeichnete der SAP-Dienstleister ein sattes Plus von 76 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Die Zahl der Mitarbeiter stieg im Vergleich zum Vorjahr um 214 auf 926 Beschäftigte.

Das Portfolio des SAP-Gold- und Microsoft-Hosting-Partners umfasst individuell zugeschnittene Lösungen für SAP-Anwender, 75 SAP-Zusatzlösungen, das Hosting von SAP- und IT-Landschaften, die Implementierung von Hosting-Umgebungen, SAP Applikations-Management, Cloud- und Remote-Services. Gehostet werden die Lösungen in zwei geographisch getrennten, gespiegelten, nach Sarbanes Oxley Act (SAS 70 / ISAE 3402) zertifizierten High-End-Rechenzentren in Frankfurt mit 24x7-Service.

Bildergalerien im Artikel:

gal¹Hosting Center der All for One Steeb -



Ein Streifzug durch das Rechenzentrum der All for One Steeb in Frankfurt
Foto: All for One Steeb



Server im Herz des Rechenzentrums
Foto: All for One Steeb



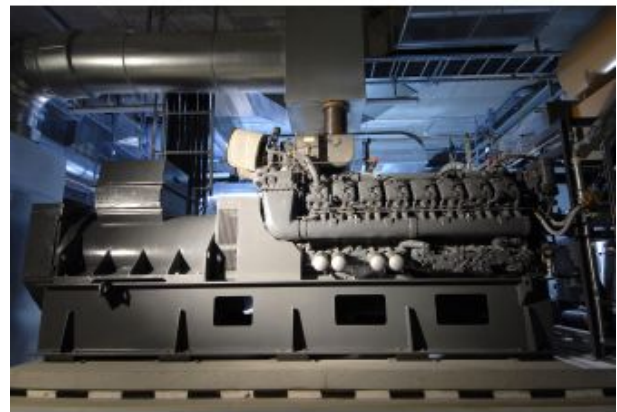
Außenansicht der Taperoboter
Foto: All for One Steeb



Innenansicht der Taperoboter
Foto: All for One Steeb



Die Gaslöschanlage
Foto: All for One Steeb



Die Notstromdiesel-Anlage
Foto: All for One Steeb



Die SAN-Storage-Systeme



Seitenansicht der USV-Anlage
Foto: All for One Steeb

Foto: All for One Steeb



Der Hauptsitz des Unternehmens in Filderstadt

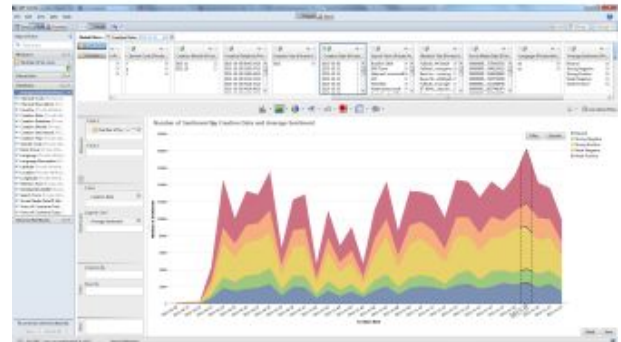
Foto: All for One Steeb

gal²SAP vertraut bei Sentiment-Analysen auf HANA -



Social Analytics mit SAP

Foto: SAP



Social Analytics mit SAP

Foto: SAP



Social Analytics mit SAP

Foto: SAP

11.02.2014

IDG Business Media GmbH

Alle Rechte vorbehalten. Jegliche Vervielfältigung oder Weiterverbreitung in jedem Medium in Teilen oder als Ganzes bedarf der schriftlichen Zustimmung der IDG Business Media GmbH. DPA-Texte und Bilder sind urheberrechtlich geschützt und dürfen weder reproduziert noch wiederverwendet oder für gewerbliche Zwecke verwendet werden. Für den Fall, dass in Computerwoche unzutreffende Informationen veröffentlicht oder in Programmen oder Datenbanken Fehler enthalten sein sollten, kommt eine Haftung nur bei grober Fahrlässigkeit des Verlages oder seiner Mitarbeiter in Betracht. Die Redaktion übernimmt keine Haftung für unverlangt eingesandte Manuskripte, Fotos und Illustrationen. Für Inhalte externer Seiten, auf die von Computerwoche aus gelinkt wird, übernimmt die IDG Business Media GmbH keine Verantwortung.

