



Expansionsfreudig:
Comarch-Gründer
Janusz Filipiak
schätzt die Nähe
zwischen Deutsch-
land und Polen

Unterschätzte Nachbarn

Der Osten Europas gilt oft als verlängerte Werkbank der globalen IT-Branche. Doch auch dort gibt es bedeutsame und finanzstarke Unternehmen. Nun gehen sie im Westen auf Einkaufstour

MARTIN OTTOMEIER

Aus seinen Ambitionen macht Janusz Filipiak keinen Hehl. „Zukäufe werden auch weiter unsere Expansion stützen. Vielleicht kaufen wir in drei oder vier Jahren in Frankreich zu“, sagt der Gründer und Chef des polnischen IT-Unternehmens Comarch. Zunächst aber drängt es ihn nach Deutschland – Ende letzten Jahres schlug er hierzulande zu.

Das östliche Europa ist längst nicht mehr nur die verlängerte Werkbank des Westens, wo internationale IT-Anbieter gut ausgebildete, aber preiswerte IT-Experten beschäftigen. Einige Unternehmen aus der Region machen sich auf, sich zu internationalisieren, und konkurrieren damit auch im Westen stärker mit den globalen IT-Konzernen. So übernimmt etwa Comarch Ende 2008 die Mehrheit an dem kleinen deutschen Unternehmenssoftwarehersteller SoftM. Und Comarchs heimischer Rivale Asseco ist im Laufe der vergangenen Jahre in Deutschland bereits bei drei kleinen Spezialanbietern eingestiegen, unter anderem für

Unternehmenssoftware und Servicemanagement. Typischerweise machen die Zukäufe Umsätze im zweistelligen Millionenbereich.

„Das Interesse osteuropäischer Unternehmen an Zukäufen im Westen steigt – vor allem in Deutschland, weil das ein großer Markt ist“, sagt Sascha Pfeiffer, Geschäftsführer bei der Investmentbank Close Brothers. „Auch in Osteuropa gibt es erfolgreiche Unternehmen, die expandieren wollen und können – allerdings finden sie bislang oft keine Beachtung“, beobachtet Christian Hestermann, Analyst bei der IT-Beratungsfirma Gartner. Aus eigener Kraft haben es die Firmen oft schwer. Im Jahr 2000 gründete Comarch Niederlassungen in Deutschland und den USA. „Nach neun Jahren in Deutschland haben wir gemerkt, dass es schwer wird, aus eigener Kraft weiterzuwachsen“, sagt Filipiak.

2008 macht das Unternehmen noch fast 80 Prozent des Umsatzes von 701 Mio. Zloty (172 Mio. €) im Heimatmarkt. Also schlägt der Firmenchef einen neuen Weg ein und kauft zu. Die Mittel hat er: 201 Mio. Zloty Gewinn erwirtschaftete Comarch 2008. Deutschland sei in Europa ein sehr großer Markt, erklärt Filipiak. Zudem gebe es eine große Nähe zwischen Deutschland und Polen – nicht nur geografisch. „Es ist leichter für mich, von Krakau nach Breslau über München zu fliegen, als über Warschau.“ Auch As-

seco setzt auf Zukäufe. Neben den Übernahmen in Deutschland ist das Unternehmen auch in viele andere Länder Europas expandiert.

Durch einen Zusammenschluss entstand 2008 eines der größten IT-Unternehmen Polens. Asseco Group erzielte 2008 rund 2,8 Mrd. Zloty (683 Mio. €) Umsatz, einen Großteil davon auch im Ausland, und 410 Mio. Zloty Gewinn. In diesem Jahr hat Asseco erneut im Westen eingekauft: in Dänemark und in Spanien.

„Wegen ihrer starken Präsenz und Marktanteile in Polen haben Asseco und Comarch begrenzte Wachstumschancen in ihrem Heimatmarkt – daher müssen sie über Polen und Osteuropa hinaus expandieren“, sagt Tomasz Sloniewski, Analyst bei der IT-Beratungsfirma IDC. Comarch bietet etwa Software und Services für Telekommunikationsunternehmen oder Banken an. Asseco hat IT-Produkte für viele Segmente im Angebot, unter anderem für Banken und öffentliche Verwaltungen.

IDC zufolge ist Polen hinter Russland der zweitgrößte IT-Markt im Osten. Asseco und Comarch gehören zu den größten IT-Firmen des Landes. Auf rund 5,8 Mrd. € schätzt der IT-Brancheverband EITO den polnischen IT-Markt 2008. Zum Vergleich: Deutschland liegt laut Bitkom bei rund 66 Mrd. €.

Bislang sind die Käufer aus dem Osten aber noch die Ausnahme. „Es sind nur sehr wenige Unternehmen

etwa aus Polen finanzstark genug und ausreichend international aufgestellt, um in Westeuropa zukäufen zu können“, sagt Pfeiffer.

Von einem Zusammenschluss profitieren auch die übernommenen Firmen. „In Osteuropa finden sich viele hoch qualifizierte Leute, die noch immer für weniger Geld arbeiten als Mitarbeiter in Westeuropa – auch wenn der Kostenvorteil über kurz oder lang verloren geht“, sagt Hestermann. Bei SoftM ist Comarch allerdings noch den Beweis schuldig geblieben, dass bei der Übernahme die Vorteile überwiegen. „Mit SoftM muss Comarch zeigen, dass sie auch die anspruchsvolle mittelständische Klientel in Deutschland zufriedenstellen können“, sagt Hestermann.

SoftM kämpfte zuletzt mit sinkenden Umsätzen und Verlusten. Jetzt hat Comarch die Führung übernommen. Anfang Juni wurde SoftMs Vorstandschef ausgetauscht. Nun leitet ein Mitglied des Comarch-Vorstands die deutsche Tochter.