



Der ABACUS-Campus in St. Gallen Wittenbach erinnert durch seine Ausgestaltung...



... und die moderne Glasfassade an IT-Grossfirmen im Silicon Valley.

Foto: Keystone, Gian Ehrenzeller (L./zVd (r))

# Überflieger mit Verstand

**ABACUS** Die IT-Branche wird von Grosskonzernen dominiert. Und wo Riesen ins Reich der Zwerge drängen, sind die Sieger meist schnell ausgemacht. Im Bereich Businesssoftware hält ABACUS dem Druck seit Jahren Stand – durch Kundennähe, Mitarbeiterbindung und «Management by Geier».

TEXT SAVERIO GENZOLI

**D**er eine oder andere mag sich beim Betreten des ABACUS-Geländes in St. Gallen Wittenbach eher im Silicon Valley wähnen. Der moderne Glasbau, die mediterrane Innenrichtung und das firmeneigene Restaurant mit Gartensitzplatz erinnern an Google, Facebook und Co. Die Begrüssung am Empfang ist freundschaftlich. Alle sind miteinander per du. Die Firmenleitung setzt auf eine flache Hierarchie. Eine Offene-Türen-Politik soll den informellen Austausch untereinander fördern. «Dieses Umfeld beflügelt die Kreativität und erhöht die Attraktivität der Firma als Arbeitgeber», so Thomas Köberl, Mitglied der Geschäftsleitung und Mitgründer von ABACUS. Ein Faktor, welcher wesentlich zum Aufstieg des Unternehmens

beigetragen hat. Das ist aber längst nicht die einzige Zutat des Erfolgsrezepts.

## DER FRÜHE VOGEL

Angefangen hat alles in einer St. Galler Studentenbude. Nach der Abschluss an der HSG machten sich 1984 Claudio Hintermann und Eliano Ramelli daran, ihre erste Finanzbuchhaltungssoftware zu entwickeln. Ein paar Monate später gründeten sie zusammen mit ihrem ehemaligen Mitstudenten Thomas Köberl und Georges Winkler als Kapitalgeber das Softwareunternehmen ABACUS Research AG. Zu diesem Zeitpunkt war der Markt noch weitgehend frei von ausländischen Grossfirmen. Als SAP und Microsoft in das Schweizer Businesssoftwaregeschäft im KMU-Bereich einstiegen,

war ABACUS bereits präsent und konnte sich bei den lokalen Kunden schon etablieren. Auch heute noch gehören KMU eher weniger zum Kerngeschäft der Grosskonzerne, während sich ABACUS genau auf diese spezialisiert hat.

Mit der ersten Software für die Finanzbuchhaltung ist das Gründertrio genau zum richtigen Zeitpunkt auf den Markt gekommen. Die Schweizer Büros wurden Schritt für Schritt mit Computern ausgerüstet und die Buchhaltung sukzessive digitalisiert. Gerade für Treuhandfirmen, welche einen hohen buchhalterischen Aufwand betreiben, war ein solches Computerprogramm eine grosse Alltagserleichterung. So war die Finanzsoftware denn auch für längere Zeit die Cashcow des noch jungen Unternehmens.

## ALLES IM EIGENEN NEST

Inzwischen hat sich die Produktpalette auf weitere Geschäftsprozesse ausgedehnt. Bedient werden dabei unterschiedliche Sparten und Branchen mit ganz spezifischen Angeboten. ABACUS stellt etwa Lösungen für Elektrizitätswerke, Baufirmen und Gemeinden zur Verfügung. Diese sind präzise auf die individuellen Bedürfnisse der jeweiligen Kunden angepasst.

Treu geblieben ist die Firma aus Wittenbach ihrem Vertriebskonzept. Während sie sich ganz auf die Softwareentwicklung konzentriert, wird der Vertrieb der Programme von Partnern übernommen. Diese sind über die ganze Schweiz verteilt und bedienen ihre jeweilige Region mit den ABACUS-Produkten. Laut Köberl wird diese Vertriebsstrategie von den Kunden sehr geschätzt. Sie ermöglicht eine direkte Kundennähe und ein emotionales Verhältnis zwischen Verkäufer und Nutzer. «Unsere lokalen Partner sprechen die gleiche Sprache wie die Kunden in der Region», so Köberl. Von St. Gallen aus liesse sich diese Nähe nur schlecht für alle Kunden in der Schweiz aufrechterhalten. In diesem Punkt unterscheidet sich ABACUS dann auch von internationalen Grossfirmen, bei welchen ein einzelner Kunde nur einer von vielen ist – eine Nummer im System. Gerade im IT-Bereich werde ein persönlicher Kontakt mit dem Anbieter sehr geschätzt, ist sich Köberl sicher. Wenn ein Problem auftaucht, soll dieses möglichst rasch und unkompliziert gelöst werden, ohne Warteschlange in

der Telefonhotline. Hinzu kommt, dass bei ABACUS alle Programme in St. Gallen entwickelt werden. Thomas Köberl und seine Geschäftsleitungskollegen werden nicht müde, sich klar und deutlich für den Standort Schweiz zu bekennen: Keine Auslagerung, kein Einkauf von fremden Produkten. Auch die Swissness verkauft sich in dieser Branche ganz gut.

## WIE DIE GEIER

Um konkurrenzfähig zu bleiben, müssen die Produkte ständig an neue Trends und Bedürfnisse angepasst werden. Dies braucht oft Geduld, welche sich aber meistens auszahlt. Als Unternehmen mit bescheidener Grösse hat ABACUS keine Expansionsgelüste und kann sich auf den Heimmarkt konzentrieren. Somit ist sein Entwicklerteam nicht auf zukunftsferne Planung angewiesen, kann spontan auf neu auftretende Probleme reagieren und spezifische Lösungen präsentieren. Oftmals ergeben sich solche Situationen zufällig aus Entwicklungen im Markt. Irgendwo entsteht ein Vakuum, das es möglichst als erster auszufüllen gilt. Da ist vor allem Geduld gefragt. Manchmal muss jahrelang auf die eine Gelegenheit gewartet werden, um dann im richtigen Moment zuzuschlagen. Mitgründer Claudio Hintermann nennt diese Strategie das «Management by Geier».

ABACUS profitiert dabei von der Tatsache, dass lokale Interessen bei Grosskonzernen meistens keine grosse Rolle spielen. Wenn Kleinfirmen von Marktriesen aufge-

kauft werden, treten diese nachher wesentlich weniger aggressiv und innovativ auf. Dadurch eröffnen sich für andere Unternehmen der Branche neue Möglichkeiten. So geschehen bei der Fusion des US-Telefonkonzerns AT & T mit der Computerfirma NCR Ende der 80er Jahre oder bei der Übernahme von Navision durch Microsoft. Auch die von NCR über Jahre entwickelte Schweizer Software Karat wurde damals durch die Zentrale in den USA eingestellt. Das Ausnutzen solcher Opportunitäten half ABACUS, sich Schritt für Schritt zum Schweizer Marktführer zu entwickeln.

## FLUGHÖHE HALTEN

Die Position als Marktführer in der Schweiz konnten die St. Galler halten. Seit Gründung haben sich über 41 000 Kunden für ABACUS-Produkte entschieden. Trotzdem hebt in der Ostschweiz niemand ab. 2009 wurde in München eine Auslandsniederlassung gegründet. Dabei soll es aber vorerst bleiben. Eine Expansion in andere Länder ist nicht geplant. Auch von einem Börsengang halten Thomas Köberl und seine Kollegen nichts. «Damit würden wir uns nur die Flexibilität nehmen», so der Geschäftsleiter. ABACUS will sich nicht von der quartalsgesteuerten Gewinnmaximierung unterjochen lassen. So spähen die Geier weiterhin von ihrem Horst hoch oben auf den Hügeln vor St. Gallen nach ihrer nächsten Gelegenheit – ohne bei ihrem Höhenflug der Sonne allzu nahe zu kommen. ■