



# Feste

Peter Sinn, Vorstandsvorsitzen-  
der der Corporate Planning AG,  
zu den Erfolgsfaktoren in der IT-  
Branche

### **Ihr Unternehmen agiert als Softwarefirma in einem eher schwierigen Marktumfeld. Wie lassen sich Ihre wichtigsten Erfolgsfaktoren beschreiben?**

Es sind immer mehrere Faktoren, die den Erfolg ausmachen. IT ist ein schnelles Geschäft, deshalb ist Flexibilität, also die schnelle Reaktion auf den Markt, ein ganz wichtiger Erfolgsfaktor für uns. Ein zweites wichtiges Thema ist sicherlich die Innovationskraft, um eben immer up to date zu sein.

### **Wie stellen Sie denn die Innovationskraft sicher?**

Hier gibt es verschiedene Möglichkeiten. Zum einen veranlassen uns die Anforderungen der Kunden, neue Dinge zu entwickeln. Und dann natürlich unsere Ideen. Wir haben ja eine Vorstellung davon, was unsere Software leisten soll. Das induziert immer wieder Innovationen.

### **Wie haben Sie auf die konjunkturelle Abkühlung in der IT-Branche in den letzten Jahren reagiert?**

Der Einbruch kam für uns – wie für viele andere auch – durchaus überraschend. Im IT-Bereich gab es eine Menge Unternehmen, die gute Ideen hatten, aber die Substanz war noch nicht da. Wir konnten diese Krise überstehen, weil wir substanzvoll gut aufgestellt waren. Wir mussten keine neuen Konzepte entwickeln, sondern konnten unser vorhandenes Business einfach weiter fahren. Natürlich mussten wir die Ziele revidieren und unsere Umsatzplanung runterfahren. Aber es war für uns nicht sehr schmerzhaft. Wir haben immer positive Zahlen geschrieben und sind auch noch weiter gewachsen.

### **Controlling liegt aber auch im Trend und wird allenthalben weiter ausgebaut . . .**

Richtig. Wenn es den Unternehmen schlecht geht, brauchen sie Controlling. Und wenn es den Unternehmen gut geht, dann können sie sich Controlling besser leisten. Und so kann es uns egal sein wie der Markt ist. Wir werden immer gebraucht.

### **Wollen Sie mit den bestehenden Produkten weiter wachsen oder mit neuen Produkten und neuen Geschäftsfeldern?**

Beides. Kunden, die unsere Produkte einsetzen, erwarten natürlich von uns, dass diese Produkte weiter verbessert werden. Auf der anderen Seite sehen wir aber auch noch ein großes Potenzial an Anwendungen, die für zukünftige Kunden interessant sein können. Deshalb wollen wir sowohl mit den bestehenden Produkten weiter wachsen, als auch in den nächsten Jahren neue Produkte auf den Markt bringen.

### **Entwickeln Sie das selbst oder kaufen Sie auch hinzu und integrieren das in Ihre Programme?**

Wenn es um das Kerngeschäft geht, also um Managementsoftware, dann entwickeln wir selbst. Geht es um Randgebiete oder um das Thema Software-Integration, dann sind Kooperationen denkbar.

### **Wie lautet Ihre Unternehmensphilosophie?**

In unserem Logo gibt es den Zusatz „to succeed in business“, und unsere Firmenphilosophie baut darauf auf. Das heißt, wir wollen erfolgreich sein. Zum einen was unser eigenes Unternehmen betrifft und zum anderen was den Einsatz unserer Softwareprodukte aus Kundensicht betrifft. Sie sollen unseren Kunden ein erfolgreiches Business ermöglichen.

### **Wie ist Ihr Unternehmen international aufgestellt?**

Corporate Planning ist ein deutsches Unternehmen und so haben wir die meisten Kunden in Deutschland. Aber schon seit vielen Jahren sind wir auch international unterwegs und derzeit in zehn europäischen Ländern vertreten, über eigene Tochterunternehmen wie zum Beispiel in England direkt wie in Österreich. Es gibt aber auch Partnerschaften mit anderen Unternehmen im Ausland wie zum Beispiel in den Benelux-Ländern oder in Schweden und Osteuropa. Außerdem sind wir in Kanada vertreten. Und es gibt Kunden in den USA. Wir haben momentan auch ein großes Pro-

# Marktposition

### **Wie sieht die strategische Ausrichtung von Corporate Planning aus?**

Von der Produktseite her betrachtet versuchen wir, das gesamte Spektrum im Managementbereich mit Software abzudecken. Von der Marktseite her betrachtet, ist unser strategisches Ziel, weiter zu wachsen.

### **Wie stellt sich die Marktposition Ihres Unternehmens in Deutschland dar und wie ließe sie sich weiter ausbauen?**

Wir sind sicher einer der wichtigsten Anbieter im deutschen Markt im Bereich Business Intelligence, Controlling Software. Allerdings ist der Markt insgesamt sehr heterogen. Wenn wir unsere Marktposition weiter ausbauen wollen, dann müssen wir weiter wachsen, um uns die nötigen Mittel für notwendige Investitionen zu erarbeiten. Denn ich glaube, man wird auf Dauer im Markt nur bestehen können, wenn man wirklich beste Produkte anbietet.

jekt in Indonesien. Im internationalen Bereich bewegt sich also schon einiges. Und wir versuchen da auch weiter zu wachsen.

### **Welche Vertriebsstruktur hat Ihr Unternehmen?**

Wir haben versucht, den Vertrieb so zu gestalten, dass wir den Bedürfnissen der Kunden gerecht werden. So gibt es den Direktvertrieb, der branchenorientiert oder themenfokussiert auf Neukunden zugehen kann. Zusätzlich sind wir mit unseren Competence Centern in Düsseldorf, Frankfurt, Hannover, Kaiserslautern, Stuttgart, München und Wien vertriebslich aktiv, um auch regionale Präsenz zu zeigen. Und dann gibt es noch ein breites Spektrum an Partnerunternehmen mit Branchen-Know-how, über die wir vertriebslich agieren können.

### **Setzt Ihr Unternehmen das Internet fürs operative Geschäft ein?**

Das Internet wird von uns vielfältig genutzt. Da gibt es beispielsweise ein Forum für kostenlose Updates. Außerdem die Foren



„Creditreform“-Chefredakteur Klaus-Werner Ernst im Gespräch mit Corporate Planning-Chef Peter Sinn (links).

Kunden-Community und Partner-Community. Außerdem können die Kunden unsere Software teilweise webbasiert einsetzen.

#### Wie geht Ihr Unternehmen die Neukundengewinnung an?

Einen ganz großen Teil unserer Neukunden gewinnen wir durch die Empfehlung unserer bestehenden Kunden. Das ist für uns ein ganz wichtiger Bereich. Daneben setzen wir natürlich das entsprechende Marketinginstrumentarium ein, um an Neukunden zu kommen, also beispielsweise Veranstaltungen, Messen oder auch eine Roadshow. Wichtig ist, dass der potenzielle Kunde bereit ist, sich unsere Produkte und deren Leistungsfähigkeit anzuschauen. Dafür machen wir individuelle Präsentationen. Teilweise auch schon – wenn es gewünscht wird – mit Echtdaten des Kunden.

#### Jedes Unternehmen hält sich für kundenorientiert, aber nur wenige sind es wirklich. Wie ernst nimmt Ihr Unternehmen die Kundenzufriedenheit?

Wir nehmen Kundenzufriedenheit sehr ernst. Für uns ist sie die Grundlage für den Erfolg. Vor allem auch vor dem Hintergrund, dass wir sehr viele Neukunden über bestehende Kunden gewinnen.

## ZUM UNTERNEHMEN

Die CP Corporate Planning AG ist ein Software-Entwickler für Management-, Planungs-, Informations- und Frühwarnsysteme. Seit 1989 ist das Unternehmen auf die Entwicklung und Implementierung leistungsstarker Software für die Unternehmensplanung und Unternehmenssteuerung spezialisiert. Vom operativen Controlling über strategische Unternehmenssteuerung bis zum Risikomanagement und webbasierten Management-Informationssystemen (Balanced Scorecard, Führungsinformationen) deckt die Software alle Controlling-Bereiche ab. Über 2.300 mittelständische Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen zählen inzwischen zu den Kunden des Hamburger Unternehmens. Zusätzlich zur Software bietet Corporate Planning Dienstleistungen rund um das Thema Controlling an. Zur Zeit beschäftigt das Unternehmen rund 80 Mitarbeiter.

#### Wie nutzen Sie Kooperationen und welche Rolle spielen diese?

Wir nutzen zwei Arten von Kooperation. Zum einen arbeiten wir eng mit Partnerunternehmen zusammen, die uns im Markt vertreten. Und zum anderen kooperieren wir mit Softwareanbietern. Das ist ganz im Sinne unserer Kunden, denn die wollen eben keine Insellösung.

#### In Zeiten von Basel II hat sich die Kreditfinanzierung für viele Unternehmen hierzulande zu einem echten Problem ausgewachsen. Wie stellt sich das für Ihr Unternehmen dar?

Wir müssen das Thema Basel II und Kreditfinanzierung unter zwei Aspekten betrachten. Zum einen sind wir ein Softwarehersteller, der gerade für diesen Bereich Software entwickelt. Der zweite Punkt ist, dass wir selbst als Unternehmen ...

#### ... und darum geht es mir eigentlich.

Ich möchte trotzdem auf den ersten Aspekt zu sprechen kommen. Die Kunden erwarten von uns, dass wir sie in dem Bereich unterstützen. Das heißt, dass wir ihnen ein Arsenal an Werkzeugen zur Verfügung stellen, mit denen sie die Anforderungen von Basel II erfüllen können. Unser Controllingansatz trägt erheblich dazu bei, dass die Banken mehr Transparenz von dem Kunden bekommen, als sie eigentlich erwarten. Das wird uns immer wieder bestätigt. Und was die Frage zu unserem eigenen Unternehmen betrifft, hier kann ich nur sagen, dass wir uns in der Vergangenheit sehr positiv entwickelt haben und unser Wachstum weitestgehend aus dem Cash Flow finanzieren konnten.

#### Wie sehen die mittel- und langfristigen Ziele für Corporate Planning aus?

Wir möchten uns international und national weiter etablieren. Dazu wollen wir unser Produktportfolio weiter ausbauen und modernste Technologien einsetzen. Ich denke, wir werden uns eine gefestigte Marktposition erarbeiten,

#### Haben Sie Visionen für die Zukunft Ihres Unternehmens?

Unsere Vision bei Corporate Planning lautet: Die CP Software soll auf dem Schreibtisch eines jeden Managers und Contollers sein.

Das Gespräch führte Klaus-Werner Ernst