

Digitale Revolution

Knooing

Ein Start-up als Kontaktbörse für IT-Projekte

Axel Höpner München

Carsten Hochschon sieht sich als eine Art Partnerschaftsvermittler. Dabei geht es ihm allerdings um die seriöse Beziehung, nicht um das spontane Date. „Eher Elite-Partner als Tinder“, sagt er. Doch der Gründer von Knooing will keine Ehen anbahnen, sondern IT-Geschäfte. Sein Unternehmen unterstützt über eine digitale Plattform Anwender bei der Suche nach dem perfekten IT-Partner.

Die Branche ist einerseits attraktiv. Der IT-Markt dürfte nach Angaben des Branchenverbands Bitkom 2017 in Deutschland um drei Prozent auf 86 Milliarden Euro wachsen. Doch gibt es unzählige Beratungs- und Systemhäuser, die helfen, wenn ein neues SAP-System installiert,

eine Cloud- oder IT-Sicherheitslösung ge-

funden werden muss. Marktführer

unter den IT-Beratern und System-

integratoren ist laut Lünendonk-

Liste Accenture mit zuletzt 1,75

Milliarden Euro Umsatz.

Auch IBM und T-Systems er-

zielen Milliardenerelöse.

Ein hart umkämpfter

Markt, doch bei Knooing

sind sie überzeugt, dass sie

als neutraler Mittler mit Hil-

fe von Algorithmen und

menschlicher Expertise bes-

ser vermitteln können.

Hochschon hat Knooing

selbst aus einem Beratungshaus

heraus, der Blu Salesforce GmbH,

im Zuge eines Management-Buy-outs

gegründet. „Viele IT-Projekte laufen schief“,

sagt er. Dies liege oft auch daran, dass Anwender

nicht den für sie passenden IT-Partner fänden. In

der Branche gebe es viele Hidden Champions,

die tolle Ideen und Lösungen hätten. „In der Ent-

wicklung sind deutsche IT-Firmen nicht schlech-

ter als die Amerikaner.“ Doch gebe es Schwächen

bei Vertrieb und Marketing. „Wir verkaufen uns

unter Wert.“ Ziel der Plattform sei es daher auch,

„IT made in Germany zu pushen“.

Die klassischen IT-Berater, so glaubt man bei

Knooing, vermitteln immer dieselben Anbieter -

zum Beispiel, weil diese die höchste Provision

zahlen. Bei Knooing zahlen die Anbieter eine fes-

te Gebühr, um auf der Plattform vertreten zu

sein, und noch einmal einen fixen Betrag, wenn

ein Auftrag zustande kommt. Die Knooing-Bera-

ter helfen den Interessenten bei der Definition

des geplanten Projekts, anschließend wird teilau-

tomatisiert mit der Datenbank abgeglichen, wel-

cher Anbieter passt. Das Start-up begleitet die Ge-

schäftsbeziehungen nach Vertragsabschluss und

tritt in Konfliktfällen als Schlichter auf. Eine Psy-

chologin wirkt bei Bedarf als Mediatorin.

Das Modell lebt von der Masse. Bislang sind 160

IT-Anbieter vertreten, die Zahl steigt laut Hoch-

schon kontinuierlich, mehr als 150 Aufträge wur-

den bislang vermittelt. Der größte hatte ein zwei-

stelliges Millionen-Volumen. Zu den Kunden, die

Knooing nennt, gehören zum Beispiel Volvo

Trucks und das Deutsche Zentrum für Luft- und

Raumfahrt. Hochschon will mittelfristig 15 bis 20

Millionen Euro umsetzen.

Das Geschäft, ist der Gründer überzeugt, lässt

sich einfach skalieren. Doch dazu muss er die

Zahl von Anbietern und Anwendern stark erhö-

hen. Eine Hürde ist die Markenbekanntheit. Zu-

dem ist es schwer, Personal für weiteres Wachs-

tum zu finden. Der Chef kann sich bis zu 100 Mit-

arbeiter vorstellen. Doch der Markt sei ziemlich

leer gefegt. Knooing muss bald eine kritische Grö-

ße erreichen. „Nächstes Jahr müssen wir wach-

sen“, sagt Hochschon. „Sonst werden wir unsere

ambitionierten Ziele nicht erreichen.“