

DIENSTAG, 17. OKTOBER 2017, NR. 200

Treiber für den Wandel

Die renommierte Wirtschaftsprüfungsgesellschaft EY übernimmt die quirlige Digitalberatung Etventure. Zwei Welten müssen nun zueinander finden.

Durch die weitläufige Empfangshalle der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft EY in Frankfurt eilen Männer in dunklen Anzügen und Frauen in dezenten Kostümen. Sie kommen gerade vom Kundentermin oder sind auf dem Weg dorthin, blicken konzentriert auf ihre Handys. Da biegt Philipp Depiereux um die Ecke. Er ist der Einzige ohne Anzug weit und breit. Mit Jeans und dunkelblauem Kapuzenpullover passt er so gar nicht in die formelle Business-Welt einer großen Wirtschaftsprüfung.

Doch genau diese Welt ist sein neues Zuhause. Vor sieben Jahren hat Depiereux, heute 40 Jahre alt, die Unternehmensberatung namens Etventure mitgegründet. Sie ist spezialisiert auf Digitalprojekte und rasant gewachsen: auf 20 Millionen Euro Umsatz und 180 Mitarbeiter im vergangenen Jahr. Nun hat der Gründer sein „Baby“ verkauft: An EY, eine der vier großen Prüfungsgesellschaften der Welt, die in Deutschland 1,6 Milliarden Euro und weltweit annähernd 30 Milliarden Dollar Umsatz macht.

Die Übernahme ist typisch für einen aktuellen Trend im Markt der Berater: Kleine, erfolgreiche Consultants schlüpfen bei großen, global tätigen Anbietern unter. So ließ sich im Frühjahr die Hamburger Digitalagentur Sinner Schrader von Accenture übernehmen. Auch die Prüfungsgesellschaften, die kräftig in ihre Beratungsdivisionen inves-

tieren, schnappen sich die Spezialisten.

Doch es ist oft keine einfache Verbindung: Es prallen zwei Welten aufeinander. Hier das quirlige Startup aus München, das vor seiner nächsten Entwicklungsstufe steht, aber kreativ und übersichtlich bleiben will. Dort der Konzern, der frische Ideen sucht, sein Digitalprofil schärfen will, aber wie jedes Großunternehmen strukturiert geführt wird und feste interne Abstimmungsprozesse hat.

Depiereux in Jeans und Kapuzenpulli trifft an diesem Tag im Frankfurter EY-Büro auf Julie Teigland, die ein fein gemustertes Kleid trägt. Die fröhliche gebürtige Amerikanerin leitet als Managing Partner das Geschäft von EY in Deutschland,

der Schweiz und Österreich. Am 29. September haben beide die Übernahme von Etventure festgezurret, am heutigen Dienstag wird sie offiziell verkündet.

Einen Kaufpreis wollen beide im Gespräch mit dem Handelsblatt nicht verraten – er dürfte Schätzungen zufolge im deutlich zweistelligen Millionenbereich liegen. Ambitionierte Ziele nennen sie aber schon: Teigland sieht die Übernahme als „Chance für einen ganz neuen Beratungsansatz“. Depiereux wiederum erwartet Großes: „EY und Etventure können gemeinsam der führende Anbieter für digitale Transformation von Unternehmen weltweit werden.“

Hoch gegriffen hat der Münchener Unternehmer schon bei der Grün-



EY-Chefin Julie Teigland und Etventure-Gründer Philipp Depiereux.

dung 2010. Eventure sollte zum Treiber für den digitalen Wandel der deutschen Wirtschaft werden. Das Konzept: Die Berater schaffen vor allem für mittelständische Kunden auf der grünen Wiese Kreativzentren, in denen sie zusammen mit deren Mitarbeitern in einem kleinen Team fernab der Zentrale nach neuen digitalen Geschäftsmodellen suchen.

Lieblingsprojekt von Eventure ist die Digitalisierung des Duisburger Stahlhändlers Klöckner. Der bietet heute mit seiner neuen Einheit Kloeckner.i eine digitale Steuerung der Lieferkette im Stahlgeschäft. Der Betonpumpenbauer Putzmeister hat mit Eventure seine Online-Plattform „Pumpnow“ entwickelt, über die Estrichpumpen flexibel vermittelt werden. Das Geschäft wächst stetig, Ende dieses Jahres werden 250 Mitarbeiter für Eventure unterwegs sein.

Alle Anfragen für eine Übernahme lehnten die drei Gründer um Depiereux ab – bis sie Mitte 2016 erkannten, dass sie an ihre Grenzen stoßen: Ideen für neue Geschäftsmodelle lieferten ihre Berater genug. Doch für mehr fehlten die Mittel: „Wenn diese Ideen in einem Unternehmen weltweit ausgebreitet werden sollen, braucht man tiefes Wissen über Prozesse, IT und die Branche, und man braucht große Teams“, sagt Depiereux. „Das fehlte uns.“

Diese Erfahrung machen viele junge Unternehmensberatungen: Die Kunden verlangen heute längst nicht mehr nur die strategischen Ideen, sondern auch deren Umsetzung. Zudem wünschen sie sich internationale Begleitung, die kleine Anbieter meist nicht liefern können.

„Beratungen, die sehr erfolgreich auf ihrem Heimatmarkt sind, kommen in eine kritische Phase, wenn es um die Internationalisierung geht“, beobachtet Dietmar Fink, Professor an der Hochschule Bonn-Rhein-Sieg und Direktor der Wissenschaft-

lichen Gesellschaft für Management und Beratung. Nur wenige Anbieter, etwa Simon-Kucher oder Horvath, schaffen den Weg ins Ausland aus eigener Kraft.

Die DNA des Start-ups soll erhalten bleiben

Umsetzungsstärke und globale Präsenz soll für Eventure nun EY mit seinen 250.000 Mitarbeitern rund um den Globus liefern. Geschäftsführerin Teigland beschreibt die künftige Zusammenarbeit so: „Eventure hilft, in einem geschützten Raum neue Pflanzen zu züchten. Wir helfen beim späteren Einpflanzen in die Firmenorganisation.“

Mit dieser Kombination wollen sich beide Firmen zunächst auf wenige große Projekte konzentrieren.

Depiereux weiß, dass er bei Kunden behutsam vorgehen muss. Bisher hat er bei Mittelständlern nicht nur mit guten Ideen gepunktet, sondern auch wegen des unternehmerischen Auftritts als Start-up und wegen der übersichtlichen Beratungsleistung und Teams. Als künftiger Teil von EY sei es „ganz wichtig, dass unsere DNA erhalten bleibt“, unterstreicht er.

Das gelingt bei derartigen Übernahmen nicht immer. Einige kleinere Beratungen passen sich ohne größere Reibung an die neue Welt an, wenn sie sich an Prüfungsgesellschaften verkaufen – so etwa der Lieferkettenspezialist J&M, der 2013 von EY übernommen wurde. Andere haben nach dem Verkauf wichtige Mitarbeiter verloren, weil die sich in einer Konzernstruktur nicht

wohlfühlten. „Ökonomisch waren die meisten Verkäufe sinnvoll“, sagt Branchenexperte Fink. „Den Spaß aber haben einige danach verloren.“

Auch bei den Mitarbeitern von Eventure ist Skepsis spürbar. Als das Gründerteam beim Sommerfest im Juli überraschend die Verkaufspläne verkündete, war die Belegschaft zunächst schockiert. Depiereux musste in den Wochen danach viel Überzeugungsarbeit leisten. „Ich habe jedem gesagt: Durch das EY-Netzwerk bekommt ihr ganz neue Möglichkeiten.“ Gekündigt habe bisher niemand.

Dass es kulturelle Unterschiede gibt, ist auch Julie Teigland bewusst. Sie setzt auf die lange Leine: „Wir wollen Eventure nicht vor Liebe erdrücken oder gelb anmalen“, sagt die EY-Managerin unter Anspielung auf die Firmenfarbe der Prüfungsgesellschaft. Der Name bleibe erhalten, auch die drei Gründer stellen weiterhin die Geschäftsführung.



Eventure hilft, in einem geschützten Raum neue Pflanzen zu züchten. Wir helfen beim späteren Einpflanzen in die Firmenorganisation.

Julie Teigland

Andererseits erhofft sich EY von dem Start-up mehr Geschäft für die eigene Beratungseinheit. Beide müssen nun die Kunden vom gemeinsamen Ansatz der Digitalstrategie plus praktischer Umsetzung überzeugen. Aber Teigland erhofft sich noch mehr: Eventure soll auch beim Wandel von EY selbst helfen, denn die Prüfungs- und Beratungsgesellschaft steckt mitten in der Digitalisierung. „Ein Kollege von mir hat es so formuliert: Nun treffen Jeans und Anzug zusammen“, sagt sie. „Ich glaube, eine Kombination von beidem ist am besten.“

Bert Fröndhoff Düsseldorf