

Zwei Dutzend Hochschulen und Forschungseinrichtungen, darunter das Karlsruher Institut für Technologie (KIT) und zwei Fraunhofer-Institute, füttern gut 4200 IT-Unternehmen mit Nachwuchs. Woran es Karlsruhe mangelt, ist PR. Doch lieber werkelt die Region im Stillen vor sich hin. „Wir haben eine Reihe von *hidden champions*“, sagt Martin Hubschneider. „Die sind in ihrem Markt der totale Marktführer. Aber weil sie häufig B2B sind, haben sie keine Notwendigkeit, die Öffentlichkeit darüber zu informieren.“

Hubschneider selbst ist so ein heimlicher Überflieger: Mit seiner Firma CAS, die er 1986 gemeinsam mit Ludwig Neer gegründet hat, bietet er CRM-Software für Kundenmanagement an, ähnlich wie SAP, Oracle oder Salesforce. Nur, dass seine Zielgruppe eine andere ist: kleine und mittelständische Unternehmen wie CAS selbst. Etwa 500 Mitarbeiter beschäftigt die Karlsruher Firma, hat 20 000 Kunden und 52 Millionen Euro Umsatz. Kein

Vergleich zum 20-Milliarden-Riesen SAP aus Walldorf. Und doch fordert CAS SAP heraus. Symbolisch.

Wird Cloud-Software bisher zu festen Preisen angeboten, egal, ob sich die Entwicklungskosten auf 10 000 oder zehn Millionen Nutzer verteilen, will CAS seine Software künftig billiger machen, je mehr Kunden sich finden: Kostet ein Abo anfangs 40 Euro im Monat, soll der Preis bei steigender Popularität fallen, für alle Kunden. „Unser Plan ist, dass das irgendwann vielleicht bei einem Euro landen kann“, sagt Hubschneider.

Gedeckelt wird dagegen der Gewinn: Erreicht er zehn Prozent vom Umsatz, ist Schluss. „Wir glauben, wenn so etwas einmal eingeführt wurde und erfolgreich ist, werden es die bisherigen kapitalistischen Plattformen nicht einfach haben“, sagt Hubschneider, ein Mann von Ende 50 mit hoher Stirn, dessen Augen in diesem Moment angriffslustig funkeln.

Er hat nicht vor, SAP direkt Kunden abzujagen – die CAS-Software taugt gar nicht für Großunternehmen, die SAP benutzen. Aber er will die Welt bewegen, auf seine Weise. Er strebt nicht nach Gewinnmaximierung. Wenn Mittelständler in allen Ländern auf das Versprechen fallender Preise anspringen, reichen auch zehn Prozent Marge – um mehr Geld zu verdienen als je zuvor.