



Die Schweizer Softwareszene: vielfältig und innovativ, jedoch zu leise

Mit Schweizer Software verbindet man gute Qualität und Innovation – falls man sie kennt. Denn die mangelhafte Präsenz von Schweizer Firmen national wie international ist eines der Kernprobleme der Branche. Es fehlt an Risikobereitschaft zur Expansion ins Ausland und an Unterstützung für Start-ups. *Santina Russo*

Alle kämpfen sie im Softwaremarkt um ihren Platz: Individualentwicklungen und Standardsoftware, ERP-Systeme, BPM-Plattformen oder Web-2.0-Tools. Dabei wurden Schweizer Softwareschmieden – insbesondere Start-ups – in jüngster Zeit auffallend oft für internationale Auszeichnungen nominiert und holten auch so manchen Preis nach Hause.

Dies erstaunt nicht, sehen doch gemäss einer in Zusammenarbeit mit dem Label «Swiss Made Software» durchgeführten Umfrage der Netzwoche die CEOs der Schweizer Unternehmen vor allem in der qualitativ guten Ausbildung den Hauptvorteil des ICT-Standorts Schweiz. Dies hat allerdings auch seinen Preis: die hohen Lohnkosten. Diese werden jedoch mitunter auch als Vorzug genannt, ziehen die guten Löhne doch qualifizierte Arbeitskräfte aus dem Ausland an. Dies ist bitter nötig, denn die meisten der Befragten vermissen genügend Fachkräfte auf dem Arbeitsmarkt und sehen die Rekrutierung unisono als wichtigste Herausforderung der Zukunft.

Schweizer sind expansionsscheu

Laut der Umfrage produziert die Mehrzahl der Schweizer Firmen Software für Unternehmen (64 Prozent) oder sowohl für Unternehmen wie auch für Endkunden (30 Prozent, siehe Grafik). Lediglich sechs Prozent produzieren ausschliesslich für Privatpersonen. Dies sind meist Anbieter von Web-2.0-Anwendungen, die Endkunden weltweit ansprechen. Ansonsten beschränken sich erstaunlich viele Firmen auf den doch eher kleinen Schweizer Markt. Lediglich ein Fünftel der befragten Unternehmen unterhält Niederlassungen im Ausland. Und wenn, dann meist innerhalb von Europa. Den Sprung in die USA oder nach Asien wagen nur wenige. Dies, obwohl die Mehrsprachigkeit der Schweizer ein von den befragten CEOs oft genannter Vorteil ist.

Des Öfteren wird mit ausländischen Vertriebspartnern zusammengearbeitet, ist dies doch mit deutlich weniger Risiko verbunden. Einzelne Chefs sehen denn auch Schwächen bei der Risikobereitschaft der Schweizer Softwareentwickler, so etwa Ruedi Noser, Eigentümer der Noser-Gruppe: Er bezeichnet die

Schweizer gar als «Follower statt First Mover». Insgesamt sind die befragten CEOs der Ansicht, dass der Software-Standort Schweiz in den vergangenen Jahren eher gestärkt als geschwächt wurde. Tatsächlich geben nur sieben Prozent der Befragten hierzu eine negative Antwort.

Ist Schweizer Software unsichtbar?

Was die Sichtbarkeit der Schweizer Softwareentwicklung national und international angeht, üben die CEOs durchaus Selbstkritik. So stellt Dr. Kornél Szabó, CEO der AlpNet Engineering AG, fest: «Wir vermarkten uns generell unter unserem Wert, vor allem auch im hiesigen Markt.» Mit dieser Meinung steht Szabó nicht allein. Auch Chris Henn, Vice President Business Development von E2E Technologies, beschwert sich über die fehlende Präsenz von Schweizer Software – selbst innerhalb der Schweiz. In Schweizer Köpfen sei noch gespeichert, dass Software im Ausland gemacht werde, sagt Henn. So sei Schweizer Software im zentraleuropäischen Ausland fast einfacher zu vermarkten als in der Schweiz selbst.



Bildquelle: Fotolia, Montage: Netzwoche

Dennoch existiert offenbar auch in der Softwarebranche mancherorts die «Swissness», so etwa im ERP-Bereich, wie Philipp Ledermann, CEO des Beratungsunternehmens und ERP-Evaluators Isycon GmbH, bestätigt. Hier haben die vergleichsweise wenigen Schweizer Anbieter oft einen Bonus bei den lokalen KMUs. Dies wegen der Nähe zum Entwicklungsteam und des dadurch möglichen Einflusses der Kunden auf das Produkt bei künftigen Releases, wie Ledermann erklärt. Umso schwerer haben es Deutschschweizer ERP-Produkte in der französischen Schweiz, von Deutschland oder den übrigen europä-

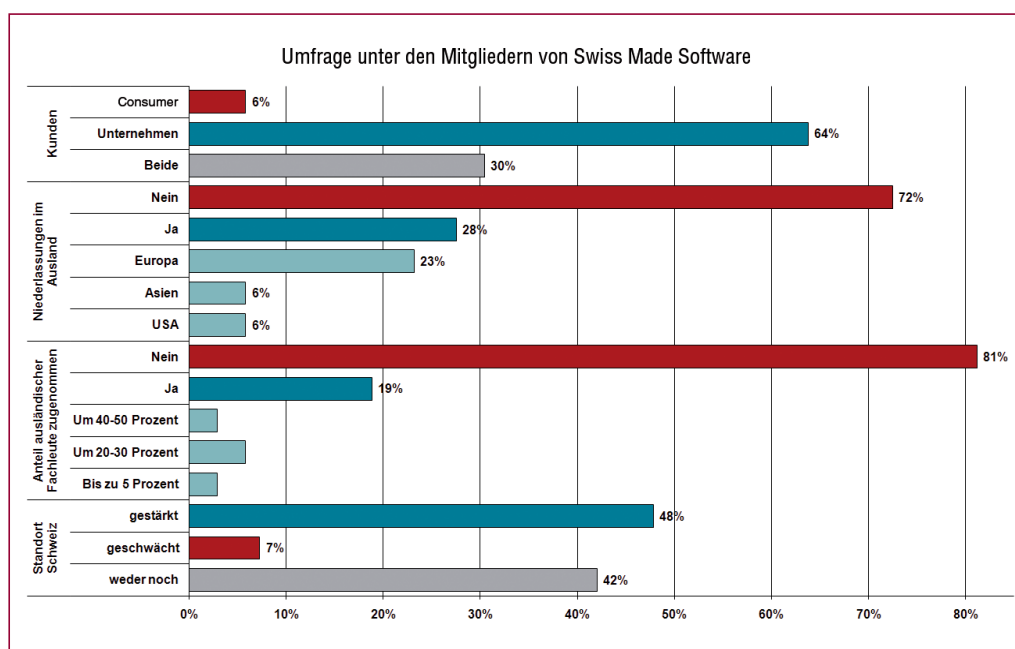
ischen Ländern ganz zu schweigen. Hinzu kommt, dass der klassische ERP-Markt nach Ansicht von Ledermann schrumpft. Neuimplementierungen in Industrieunternehmen ohne ERP seien in der Schweiz kaum noch zu erwarten, so Ledermann. Die Einnahmen der ERP-Anbieter bestünden neben dem Consulting nur mehr aus Wartung, Updates und von Firmen, die ihr Produkt wechseln. Potenzial gebe es höchstens noch bei Dienstleistungsunternehmen, sagt Ledermann. Er sieht denn auch eher schwere Zeiten auf den Schweizer ERP-Markt zukommen. «Einige Produkte werden wohl langfristig nicht überleben», so

Ledermann. Die Schweizer ERP-Spezialisten werden sich also etwas einfallen lassen müssen, um künftig gegen die internationale Konkurrenz etwa von SAP oder Microsoft bestehen zu können.

Typisch schweizerisch: kleine Nischenanbieter

Indes greifen einzelne Schweizer ERP-Anbieter auch den europäischen Markt an, so etwa die Soreco AG. Im Gegensatz zu klassischen ERP-Anbietern kann Soreco seine Module für Prozessoptimierung und Dokumentenmanagement auch im Ausland anbieten, vorerst in Deutschland und Österreich. Dort ist Soreco sowohl mit Vertriebspartnern als auch mit eigenen Sales Forces präsent. Auch Soreco profitiere vom Label «Swissness», sagt Renato Stalder, CEO von Soreco. In Deutschland etwa bürge ein Schweizer Produkt für Qualität. Die Firma hat kürzlich gar ihr Logo entsprechend angepasst. Unter dem Firmennamen steht nun der Slogan: «Swiss Business Software since 1988». Gemäss Stalder soll Soreco künftig denn auch stärker in ausländische Märkte vordringen. «Durch den anhaltenden Preisdruck muss man aus der gleichen Investition einfach mehr herausholen», so Stalder. Auch Soreco wird vor allem von SAP und Microsoft konkurriert, die mit der Breite ihres Angebots punkten. Im Gegensatz dazu müsse sich Soreco spezialisieren, sagt Stalder.

Sich zu spezialisieren scheint also das einzige Mittel gegen die internationale Konkurrenz zu sein. Neben einigen nun etablierten Individualentwicklern sind Schweizer Softwareschmieden denn auch typischerweise ▶



Die Resultate der Umfrage zeigen: Die meisten Schweizer Entwickler produzieren für Unternehmen und expandieren nicht ins Ausland. Und wenn doch, dann meist innerhalb von Europa.

► Nischenanbieter. So etwa E2E, Numcom oder Itsystems, die mit ihren innovativen Plattformen den internationalen Schwergewichten voraus sind – noch. Das müssen sie auch: «Wir müssen der internationalen Konkurrenz immer einen Schritt voraus sein», bestätigt Patrick Püntener, Leiter Marketing und Verkauf und Mitglied der Geschäftsleitung bei Itsystems. Bei den Nischenanbietern wird deshalb stark in Innovation investiert. Auch sind meist früh Sales Forces im Ausland aktiv. Dennoch bleiben es kleine Firmen, deren Namen in Resteuropa und in Übersee kaum jemand kennt.

Etwas grösser sind die Individualentwickler, sozusagen die Schweizer Schwergewichte. Allerdings sind sie auch schon sehr viel länger im Markt. Aber auch sie sind im Ausland kaum präsent und entwickeln hauptsächlich für Kunden aus der Schweiz

Swiss Silicon Valley Zürich

Stärkere internationale Ausstrahlungen haben naturgemäss Web-2.0-Anwendungen, wie etwa der Online-Datenspeicher Wuala oder der Terminplaner Doodle. Schweizer Web-2.0-Start-ups sind allerdings dünn gesät. Wuala-Gründer Dominik Grolimund wünscht sich denn auch generell mehr Software-Start-ups. Dabei sieht er den Standort Zürich mit seinem Zustrom von ETH-Absolventen als potenziellen Software-Cluster, der mehr gefördert werden sollte. Etwa Communities wie Web Monday oder Förderinitiativen wie Venture Kick würden von der Unterstützung hochrangiger Persönlichkeiten der Schweizer Softwarebranche profitieren, fordert Grolimund. Auch Michael Näf, CEO von Doodle sieht in der Region Zürich einen potenziellen Clusterort und hat dort in den letzten Jahren eine positive Entwicklung beobachtet. «Mehr als vorher ist die Gründung einer Firma zu einer Option geworden», so Näf. Dennoch sollten die Start-up-Willigen seines Erachtens früher abgeholt und stärker unterstützt und gefördert werden, insbesondere mit wirtschaftlichem Know-how und Kapital.

Vermehrt wird also auch finanzielle Unterstützung gefordert. Denn was hilft es, dass Schweizer Start-ups internationale Preise einheimen, wenn sie dabei haarscharf am Bankrott entlangschlittern? Natürlich gibt es die attraktive Option eines Verkaufs. Jüngstes Beispiel ist etwa die Übernahme von Wuala durch die französische Lacie. Damit waren die Firmengründer sehr erfolgreich. Dennoch: Wurde hier nicht ein wenig die Start-up-Seele an den Corporate-Teufel verkauft? Denn Wuala ist nun kein Schweizer Produkt mehr und das Kernproblem bleibt: Ach wie schad' dass niemand weiss, dass ich Schweizer Software heiss. <

«Beste Kombination: Schweizer Engineers und US-Marketeers»

Schweizer Software fehlt es nicht an Qualität, wohl aber an globaler Präsenz. Liegt das zum Teil an unserer Mentalität? Die Netzwoche fragte bei Alex Fries, Schweizer Investor im Silicon Valley, nach. Interview: Santina Russo

Herr Fries, Sie sind Präsident der Ecosystem Ventures LLC im Silicon Valley. Was macht Ihre Firma?

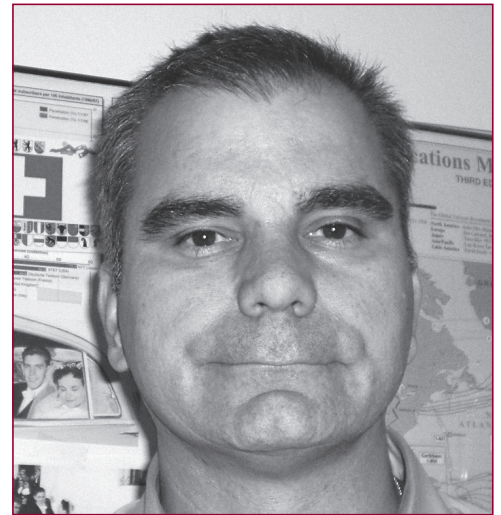
Ecosystem Ventures investiert in Schweizer Start-ups, die in die USA expandieren oder ihr Unternehmen in den USA starten wollen. Wir unterstützen Software- und Hardwarehersteller, finanzieren aber auch Firmen aus anderen Branchen. Dies in einem für das Silicon Valley ziemlich kleinem Rahmen, mit einem Fonds von unter 10 Millionen Dollar. Wir stellen Seed-Kapital zur Verfügung, wenn eine Idee, ein Businessplan oder ein Prototyp vorhanden sind. Dabei sind wir nicht passive Investoren, sondern meist stark operationell involviert, vor allem im Businessbereich.

Welche Beachtung findet Schweizer Software in den USA? Gibt es etwa ein Label der Art «Swiss Quality Software»?

Nein. Zwar verkauft sich Schweizer Qualität im Allgemeinen gut. Doch im Softwarebereich gibt es so ein Label nicht. Schweizer Software wird in den USA gar nicht erst wahrgenommen. Dasselbe gilt auch für Resteuropa, denn europaweit gibt es kaum Softwareunternehmen, deren Grösse und Präsenz an jene von vielen US-amerikanischen Firmen heranreicht. Europäische Softwareschmieden haben global gesehen einfach zu wenig wirtschaftliche Relevanz.

Was kann man dagegen tun?

Wir müssen mehr Lärm machen. Dass Schweizer Software nicht wahrgenommen wird, ist sehr schade, denn wir haben die besten Fachleute und die beste Technologie weltweit. Doch leider weiss niemand davon. Schweizer Firmen müssen am US-Markt viel aggressiver vorgehen, was das Marketing anbelangt. Zudem sollten sich Start-ups schneller internationalisieren – nicht wie gehabt erst in der Schweiz die ersten 100 Kunden suchen, dann langsam nach Deutschland blicken und erst danach Amerika ins Auge fassen. Das in Europa so etablierte organische Wachstum wirkt sich, was die globale Präsenz angeht, überaus schädlich aus. Dies ist zum Teil ein Mentalitätsproblem. Die beste Kombination bildet deshalb die Zusammenarbeit von Schweizer Software Engineers mit amerikani-



Alex Fries, Präsident der Ecosystem Ventures

schen Marketingspezialisten. Ausserdem sind viele typische Schweizer Softwareunternehmen Nischenanbieter. Eine breit abgestützte Firma erlangt generell mehr Beachtung.

Findet man in der Schweiz Investoren?

Investoren zu finden ist schwierig – obwohl eine Expansion ins Ausland gar nicht mal so viel kosten muss. Zwar gibt es Initiativen seitens des Bundes, wie die Förderagentur für Innovation KTI. Auch die Kantonalbanken und verschiedene Stiftungen investieren hie und da. Doch insgesamt ist das Schweizer System zu fragmentiert. So kostet die Suche nach Investoren einen Firmengründer zu viel Zeit. Zudem ist in der Schweiz der Equity Gap, die Investitionslücke zwischen der Anschubfinanzierung und dem Venture Capital, ein grosses Problem. Andere Länder tun etwas gegen den Equity Gap und versuchen, die Lücke mit öffentlichen Fonds zu schliessen – Deutschland etwa mit einem 100-Millionen-Fonds. Auch die Schweiz muss hier aktiv werden. In Gesprächen mit Bundesrätin Leuthard habe ich ihr das Konzept eines öffentlich-privaten «Swiss Founders Fund» vorgestellt, der sowohl vom Bund wie auch aus der Privatwirtschaft gesponsert werden soll. Leider stiess die Idee nicht auf Zustimmung. Nun arbeite ich daran, kantonale Fonds auf die Beine zu stellen. <

www.ecosystemventures.com